

令和2年度事業成果報告書

地域の医療・観光資源を活用した外国人受入れ推進のための
調査・展開事業

2021年3月31日

この資料は、本調査・展開事業の受託事業者であるマッキンゼー・アンド・カンパニー・
インコーポレーテッド・ジャパンが支援を行った地域の活動の報告を目的に作成したものです。

Contents

A. 事業目的・全体統括

B. 事業全体の活動成果

B1. 日本の戦略的な立ち位置の特定

— 医療要素を含む渡航市場の概観

— 診断・治療目的の渡航における日本の課題・リスク

B2. 国内連携体制の構築

B3. コンテンツ造成・新型コロナをふまえた実証の実施

B4. 海外連携体制の構築

C. 各地域の取組

D. おわりに: 本年度事業の学び

本事業の目的・全体像

事業の目的

- 日本の優れた医療サービスと地域の特色を生かした観光要素を組み合わせた滞在プランを提供し、海外からの外国人受入れを推進することは、地方誘客や旅行消費額の拡大を進めると共に、諸外国の国民の健康寿命の延伸に貢献しつつ、日本の医療技術・サービスの更なる充実に資する可能性があり、その調査をすることを目的とする。
 - － 「明日の日本を支える観光ビジョン」で掲げられた、2020年の訪日外国人旅行者数4,000万人、訪日外国人旅行消費額8兆円等の実現
 - － 「観光ビジョン実現プログラム2019」で示された、地域の新しい観光コンテンツの開発としての地域の医療・観光資源の活用
 - － 成長戦略2019における、地方の医療資源や温泉等の地域固有の観光資源を活用した海外からの外国人受入れの推進

事業の全体像

- 本年度は、指宿、那須塩原、和歌山、岐阜、長野、沖縄、石川、東京の合計8地域が参加。
- 本事業では、横串で地域の事業進捗・ケイパビリティを可視化し、それを基に各関係者が活動に落とし込めるよう、医療要素を含む観光の要件に照らした地域成熟度の枠組みを構築・活用。
- 現時点(2021年3月末)で、全地域で国内連携体制の構築、コンテンツの造成、海外連携体制の構築において「レベル2(具体的な計画立案)」、「レベル3(実証)」を達成。
 - － 本年度事業開始時には全8地域の地域成熟度は概ね「レベル1(事業化への意欲やアイデアは存在)」であり、特にターゲット層のニーズや滞在プランの具体化、全体事業の推進の部分で課題が多くみられた。
 - － 年始の新型コロナの感染拡大により、実証内容に見直しを迫られたが、各地域が主体的・積極的に感染拡大防止対策や効果的な実証方法を検討し、モニターや国内外事業者に対するオンライン実証(インタビュー等)及び訪問実証を実施。

本事業活動成果の骨子(1/2)

B1

日本の 戦略的な 立ち位置 の特定

- 文献調査や有識者ヒアリングを中心とした市場調査を通じて、日本の戦略的な強み及び潜在的な需要を捉えるための改善点を把握。他国と比較し、日本に適性が高い領域として、以下が挙げられる。例：
 - － 診断・治療を目的とした渡航市場：「高品質・中価格帯」や粒子線治療を中心とするガン治療やPET検診・総合的な健康診断領域
 - － 健康増進を目的とした渡航市場：「ローカル系」「自然系」コンテンツ
- さらに、受診者の渡航の流れに沿った医療を含む渡航市場における日本の主な課題とリスクを整理し、滞在プラン造成にあたり考慮すべきポイントを明確化。例：
 - － 基盤：諸外国での診断・治療目的の渡航者の受入れは公的医療制度外の枠組みで行われており、医療資源配分の問題が生じにくいケースが多いが、日本では地域の医療資源をインバウンド患者に提供することに対して地域の理解が得られない可能性が存在。
 - － 認知・検討：診断・治療、健康増進を目的とした渡航の目的地としての特に地方の医療機関の知名度が低く、他国にターゲット層が流入したり、渡航先が都市部の病院に限られている。また、医療機関に関する情報取得が難しいことも、意思決定に影響。
 - － 渡航準備：複雑な予約・支払いシステムや手配窓口の分断等のオペレーション上の課題による渡航者の渡航手続コストや待ち時間の負担も日本への渡航の壁として存在。

B2

国内 連携 体制の 構築

- 各地域において、行政(地方公共団体)・医療機関・観光事業者を巻き込み、事業運営に必要となる連携体制を構築。3つのアーキタイプを特定し、それぞれの特徴・利点を整理。例：
 - － 行政主導型：行政が事務局を担うことで、効果的な建付けでの広域な関係者の巻き込みが可能。
 - － 医療機関主導型：患者や医療現場に関する医療知見を活用し、受診者ニーズに合致したコンテンツの具体化が可能。
 - － 観光事業者主導型：観光事業者として事業性を精査し、競争力のあるプランの造成が可能。
- 地域関係者を巻き込んだ週次定例会や滞在プラン造成ワークショップを通じて、各地域の連携体制を強化。
- 事業化に向けて事業運用体系を整理し、国内外関係者の役割分担と業務フローを明確化。

本事業活動成果の骨子(2/2)

コンテンツ 造成・ 新型 B3 コロナを ふまえた 実証の 実施

- 本年度事業では、市場調査で特定された戦略的な示唆に加えて、インタビューを通じてターゲット層のニーズを深掘りし、訴求できるコンテンツへの示唆を獲得。特に長期滞在型においては本年度の重点領域として、デザインアプローチを活用し、より詳細なターゲット層のペルソナ(行動様式や価値観を含む人物像)と理想的なジャーニー^{注1}を作成。
- 行政・医療・観光分野の地域関係者を巻き込んだワークショップを通じて、医療内容(健診・がん治療・リハビリ等)やペルソナ特有のニーズをふまえた滞在プランを造成。
- 滞在プランの実証を通じて、ペルソナに近似した在留外国人モニターや専門知識を持つ国内外事業者と滞在プランのコンテンツ・受入体制に対する意見を交換し、改善点を滞在プランや今後の実行計画に反映。新型コロナウイルスの感染拡大をふまえて、各地域で実証手法を工夫。例：
 - ー 訪問: 訪問実証では4人以下、会食なし等の感染予防対策を徹底。医療コンテンツはオンライン紹介のみ。
 - ー オンライン: 感染状況に鑑みて訪問実証が困難だった地域は、地域担当者による事業内容の説明とインタビューを実施。
- 実証に向けた準備として、主に中国人渡航者を想定し、必要となる言語・支払いツールを洗い出し。インタビューに加えて、一部の訪問実証を実施した地域では通訳ツールを活用・検証。
- 初期的な事業計画(経済効果)を立案し、地域内で次年度以降の目標と本事業を通じて地域に還元し得る効果を明確化。同時に、追加的なインバウンド受入れにおいて、地域の医療キャパシティに照らして負の影響がないことを初期的に確認。

海外 連携 体制の 構築 B4

- 事業化を見据え、支援事業者が有する現地ネットワークや、地域のネットワークを活用し、国内外医療渡航支援企業・医療機関との連携構築を開始。本年度事業では主に以下を実施：
 - ー 地域の滞在プラン・ターゲットを基に、海外連携の目的・目標を策定。
 - ー 対象国において連携対象となり得る医療渡航支援企業や医療機関を洗い出し、声掛けを実施。一部連携候補とは滞在プランの魅力や想定販売価格等を討議し、連携を構築開始。

各地域の 取組 C

- 各地域ではそれぞれ異なる課題を事業開始当初は抱えていたが(コンテンツの洗い出し、プランの具体化、地域連携等)、上述の取組を通じてスキルの構築を開始。詳細はC章を参照。

注1: 対象がどのように商品を知り、関心を抱き、購入意欲を喚起され、購買に至るのかという一連の流れをターゲット層の行動や心理を時系列的に可視化したもの

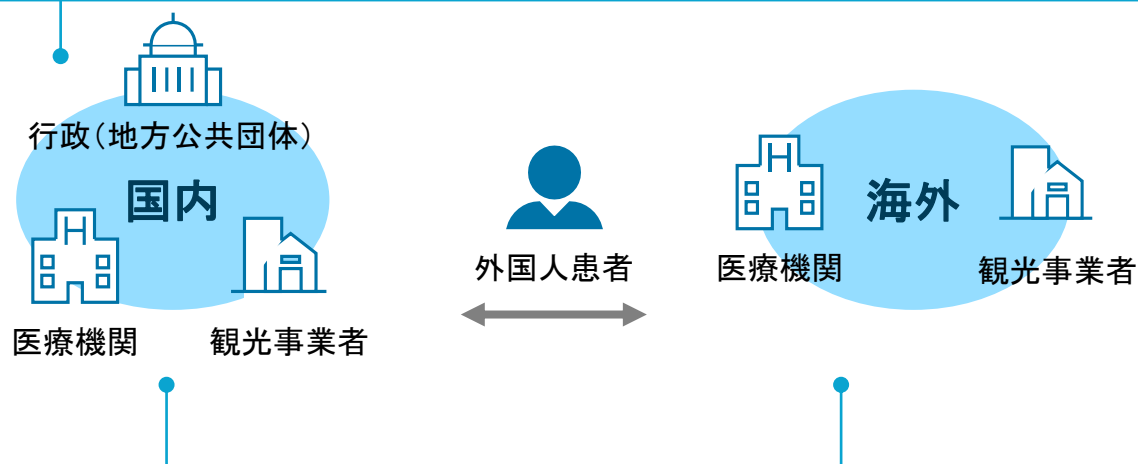
本事業成果の概観

B2. 国内連携体制の構築

- 長期滞在型事業1か所、2019年度事業の成果を活用した事業展開型7か所を決定。
- 地域の行政・医療・地域関係者を巻き込み、連携体制を構築し、役割分担を明確化。
- 週次定例会、ワークショップ、実証準備等の活動を通じて、各地域における連携体制を強化。
- 集患や事業化に向け、国内外の医療渡航支援企業等を含めた事業運用体系を整理。

B1. 日本の戦略的な立ち位置の特定

- 調査を通じて、医療要素を含む渡航市場における日本の立ち位置を把握。
- 調査内容に基づき、滞在プラン造成において対象となり得るターゲット層を洗い出し。



B3. コンテンツの造成・実証

- インタビュー等を通じてターゲット層のニーズを深掘りし、ターゲット層に訴求できるコンテンツへの示唆を獲得。
- 医療内容(健診、がん治療、リハビリ等)やペルソナ特有のニーズをふまえた滞在プランを造成。
- 訪問・オンライン実証を行い、モニター(ターゲット層)・国内外事業者からフィードバックを受け、改善点を基に滞在プランを最終化。
- 外国人受入れに有効なサービスツール(通訳、支払いツール等)を実証、評価。

B4. 海外連携体制の構築


- 各地域の滞在プランやターゲット層を基に、海外連携の目的及び目標を整理。
- 対象国において連携対象となり得る医療渡航支援企業や医療機関を洗い出し、紹介資料を用いて一部の地域では連携先候補と連携構築を開始。

本年度事業採択地域

地域; カッコ内は事務局

	対象領域	医療機関	対象国	
事業 展開型	鹿児島県指宿市 (いぶすき観光デザイン)	▪ 陽子線がん治療	}	
	栃木県那須塩原市 (那須塩原市商工観光課)	▪ 生活習慣病向け健康増進プログラム		▪ 中国
	和歌山県全域 (和歌山県観光振興課)	▪ 健診		▪ 白浜はまゆう病院 ▪ 健診センターキタデ
	長野県松本市 (相澤病院)	▪ スポーツ コンディショニング	▪ 相澤病院	▪ タイ
	沖縄県沖縄市 (医療法人タピック)	▪ リハビリ	▪ 沖縄リハビリテーション センター病院 (医療法人タピック)	}
	石川県七尾市 (恵寿総合病院)	▪ 健診	▪ 恵寿総合病院	
東京都品川区 (東京高輪病院)	▪ 健診	▪ 東京高輪病院		
長期 滞在型	岐阜県美濃加茂市 (支援事業者)	▪ がん検診	▪ 木沢記念病院	

横串で地域の事業進捗・クイパビリティを可視化し、診断・治療、健康増進を目的とした渡航の要件に照らした地域成熟度の枠組みを構築し、活用。

 本年度(事業1年目)の目標水準目安

1年間で1レベル
上げことを想定。

		創生期	成長期	成熟期		
		レベル1	レベル2	レベル3	レベル4	レベル5
		事業化への意欲とコンテンツ・体制のアイデアが存在している。	事業運営に必要な体制・コンテンツ仮説が明確になり、実証計画が立案されている。	事業運営に必要なスキル構築が始まり、実証をふまえ、持続的な事業構築に向けた方針がある。	試行錯誤を経て、事業化・自走化のためのスキル構築が完了し、事業が開始されている。	事業が地域で持続的かつ自律的に運営され、実績を積み上げている。
国内連携体制構築	国内連携体制	地域を主導する主体がおり、連携すべき医療・観光関係者の候補・アイデアが存在する。	事業運営に必要な関係者と関わり方が特定されており、連携体制の構築が始まっている。	地域の関係者によって継続的な事業運営のための連携が開始されている。	自律的な事業運営のための地域の関係者の連携が、複数年に渡り行われている。	地域の関係者が自律的に事業を運営するための体制が構築され、1-2年の継続的な連携が行われている。
	受入体制	事業化に向けて必要なインフラ・受入体制の仮説・アイデアが存在する。	ターゲット層のニーズや先進事例をふまえて、外国語対応など、必要なインフラ・ツールが特定されている。	外国語対応等のインフラ・ツールの整備が一部始まり、実証により有効性や必要な要素が検証されている。	地域の投資が行われ、事業構築に向けて必要なインフラ・ツールの整備が完了している。	整備したインフラ・ツールが活用され、必要に応じた検証や再投資等が行われている。
コンテンツ造成	医療要素	事業で活用する医療要素・医療機関のアイデアが存在する。	既存の医療資源を生かし、ターゲット層のニーズをふまえて練り上げられた医療コンテンツ案が存在する。	医療コンテンツの実証が行われ、事業としてコンテンツが成り立つための検討要素が特定されている。	ターゲット層のニーズに基づき、観光と組み合わせさせた医療コンテンツが理想的なジャーニー全体を通して完成している。	ターゲット層を持続的に集患できている。
	観光・滞在要素	事業で活用する観光要素・滞在プランのアイデアが存在する。	既存の観光資源を生かし、ターゲット層のニーズや医療との親和性を基に造成された観光・滞在プラン案が存在する。	観光・滞在プランの実証実験が行われ、事業としてプランが成り立つための検討要素が特定されている。	ターゲット層のニーズに基づき、医療と組み合わせさせた観光・滞在プランが理想的なジャーニー全体を通して完成している。	ターゲット層を持続的に集患できている。
海外連携体制構築	海外連携体制	海外の連携先医療機関・代理店等のアイデアが存在する。	海外の連携先医療機関・代理店等が妥当な根拠を持って特定されている。	海外の医療機関・代理店等との連携の試行等を行い、集患に向けた連携方針が明確になっている。	海外連携が開始され、ターゲット層の理想的なジャーニー全体を通して持続的な連携体制が構築されている。	海外の医療機関・代理店等との協力体制を活用し、必要に応じた検証や見直しを行う体制ができています。
	広報	対象国と広報方法のアイデアが存在する。	対象国に向けて行うべき広報手法が妥当な根拠を持って特定されている。	対象国向けの広報の試行等を行い、集患に向けた実施方針が明確になっている。	対象国向けの広報を開始している。	対象国向けの広報を自律的・継続的に、必要に応じた検証や見直しを行う体制ができています。

本年度事業を通じて、多くの地域ではほとんどの領域において「レベル2(具体的な計画立案)」、「レベル3((一部)実証)」を達成。

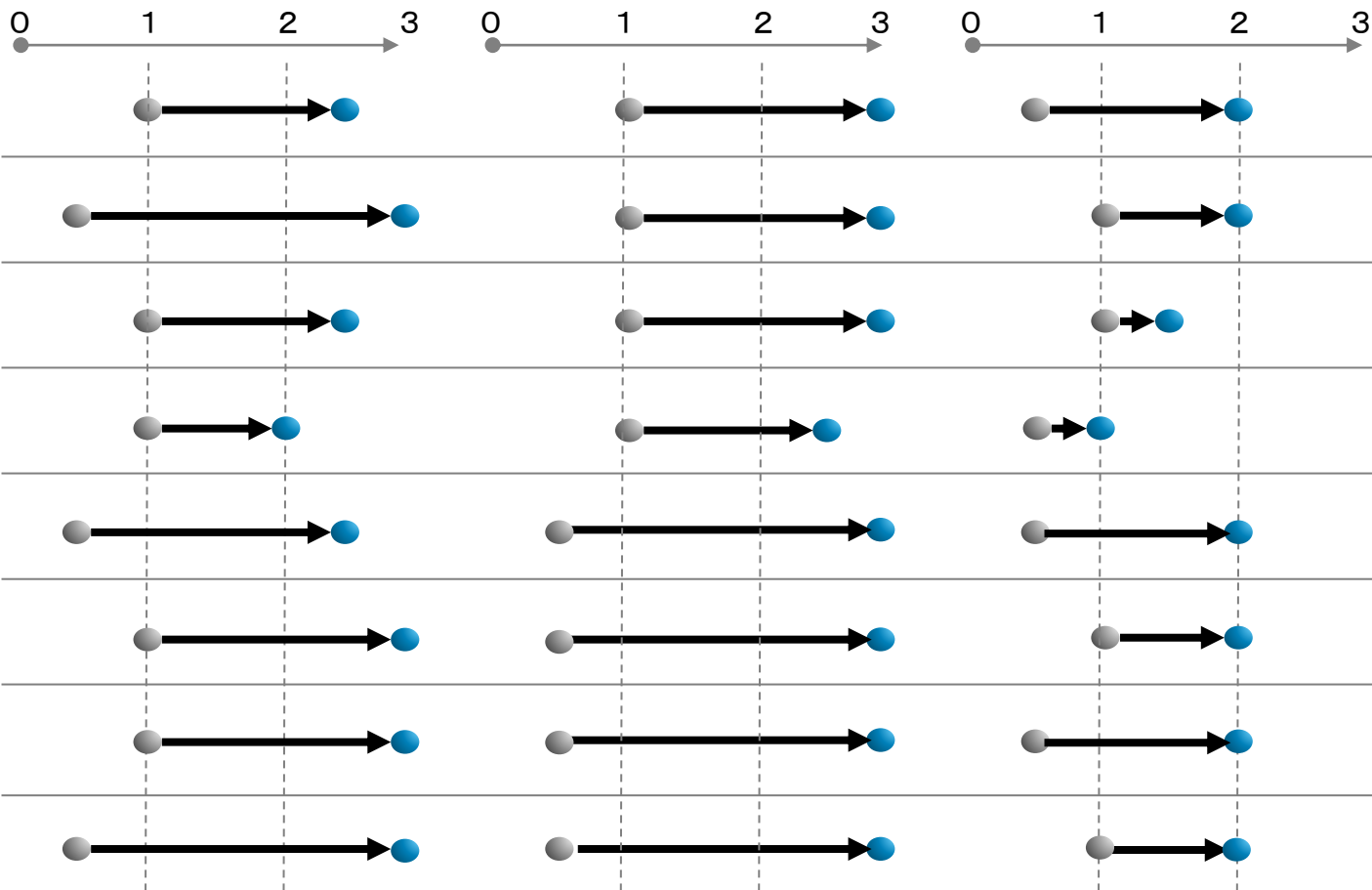
地域成熟度

● 本年度事業開始時 ● 本事業終了時点

国内連携体制構築

コンテンツ造成

海外連携体制構築



Contents

A. 事業目的・全体像

B. 事業全体の活動成果

B1. 日本の戦略的な立ち位置の特定

— 医療要素を含む渡航市場の概観

— 診断・治療目的の渡航における日本の課題・リスク

B2. 国内連携体制の構築

B3. コンテンツ造成・新型コロナをふまえた実証の実施

B4. 海外連携体制の構築

C. 各地域の取組

D. おわりに:本年度事業の学び

Contents

A. 事業目的・全体像

B. 事業全体の活動成果

B1. 日本の戦略的な立ち位置の特定

— 医療要素を含む渡航市場の概観

— 診断・治療目的の渡航における日本の課題・リスク

B2. 国内連携体制の構築

B3. コンテンツ造成・新型コロナをふまえた実証の実施

B4. 海外連携体制の構築

C. 各地域の取組

D. おわりに:本年度事業の学び

Contents

A. 事業目的・全体像

B. 事業全体の活動成果

B1. 日本の戦略的な立ち位置の特定

— 医療要素を含む渡航市場の概観

— 診断・治療目的の渡航における日本の課題・リスク

B2. 国内連携体制の構築

B3. コンテンツ造成・新型コロナをふまえた実証の実施

B4. 海外連携体制の構築

C. 各地域の取組

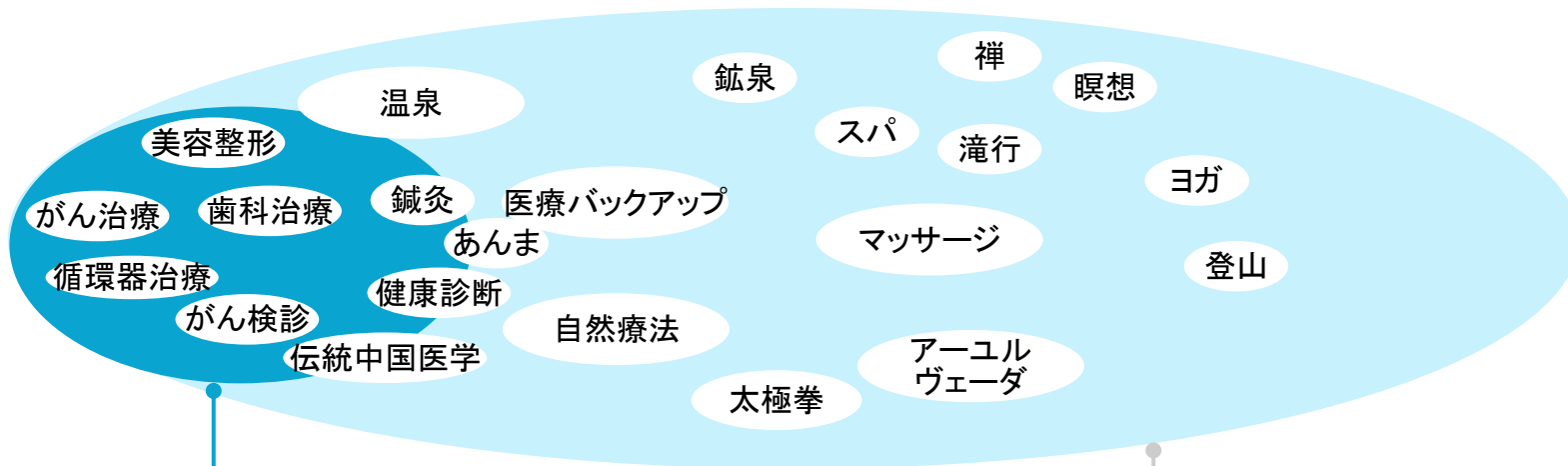
D. おわりに:本年度事業の学び

医療要素を含む渡航市場の概観

医療要素
観光要素



治療・活動例



特徴

- 特定の疾患・症状の診断や治療を目的とした渡航(「マイナスをなくす」目的)
- 自国より高品質、又は低コストの医療行為を求める。

- 心身の健康の増進・強化を目的とした渡航(「さらにプラスにする」目的)
- 現地ならではの体験を求める。

グローバル市場規模¹(2017年)

約6~9兆円

約69兆円

年平均成長率(2014~17年)

約10~20%

約8%

注1: 1ドル=107.31円で換算。調査によって医療要素を含む観光市場の定義は異なるため、様々な市場規模予測が存在。

【診断・治療目的の渡航】診断・治療目的の渡航市場におけるニーズに応じた、「最高品質」「高品質・中価格」「低価格」の3つの市場セグメントが存在。

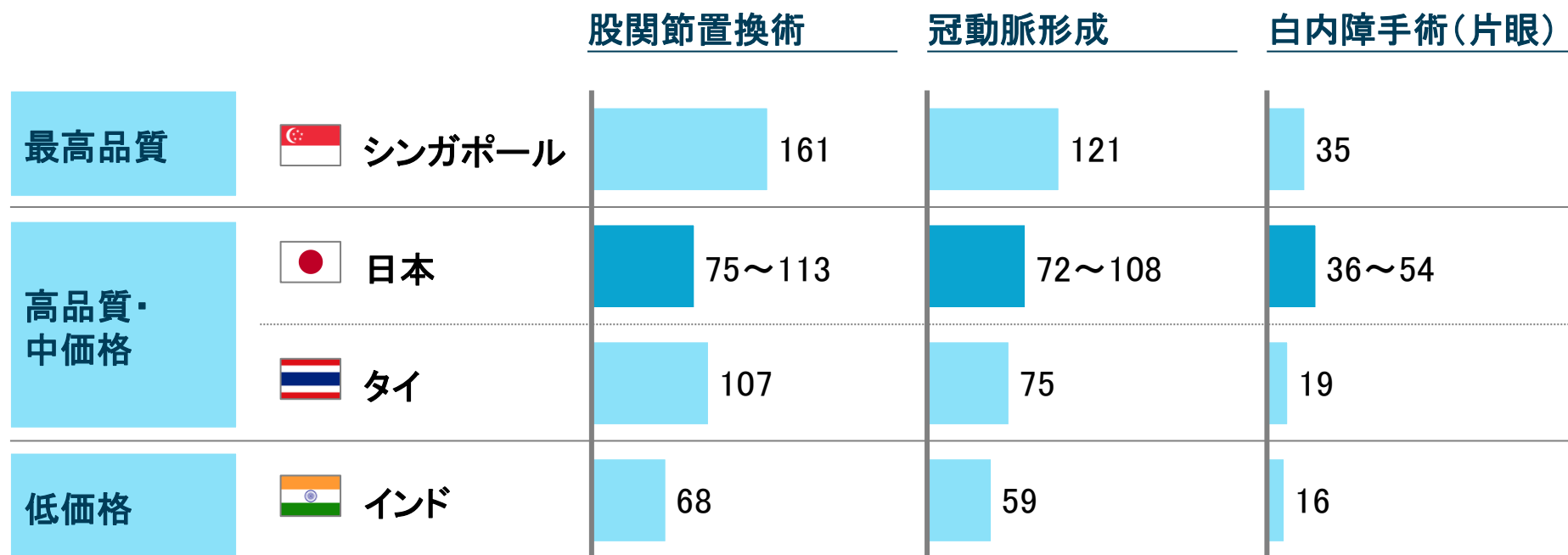
診断・治療目的の渡航における市場セグメント

	渡航者のニーズ	主な行き先; 例示的
最高品質	<p>ハイエンドセグメント向けの世界最高級品質のサービスと専門的治療を求める。 (主に新興国の洗練された裕福な患者)</p> <ul style="list-style-type: none"> 一流の医師と専門家・優れたスタッフ 有名ブランドの先進的研究施設や世界トップの大学 	<p> 米国</p> <p> シンガポール</p> <p> ドイツ</p>
高品質・中価格	<p>治療・滞在体験等の観点で、自国よりも相対的に優位で、かつ利便性の高いオプションを求める。 (主に近隣国の患者)</p> <ul style="list-style-type: none"> 自国よりも便利で相対的に優れた治療提案 自国で許可されていない処置等が規制上可能な近隣国 プライバシーや休暇を含める機会 	<p> アラブ首長国連邦(ドバイ)</p> <p> ブラジル</p> <p> マレーシア</p> <p> タイ</p>
低価格	<p>低コストで質の高いサービス、平均的なインフラを求める。 (保険が無い国や、予算や時間が限定された国の患者)</p> <ul style="list-style-type: none"> 平均的なインフラ(病院・ホテル・交通機関)と優れた医師 定式化された治療を数多くこなす効率性 患者の受入キャパシティが大きく、待ち時間の短縮化 	<p> インド</p> <p> メキシコ</p> <p> ヨルダン</p>

【診断・治療目的の渡航】例：一部の手技における国別の手術価格比較

インバウンド患者向けの国別の手術価格比較

万円¹、例示的




インドネシア
医療渡航
支援企業

アジアの中で、シンガポールが最高級、日本はそれよりやや価格が低いという位置づけ。また、コスト重視の層がタイやマレーシア等のアジアの他の地域へ渡航する。


ベトナム
医療渡航
支援企業

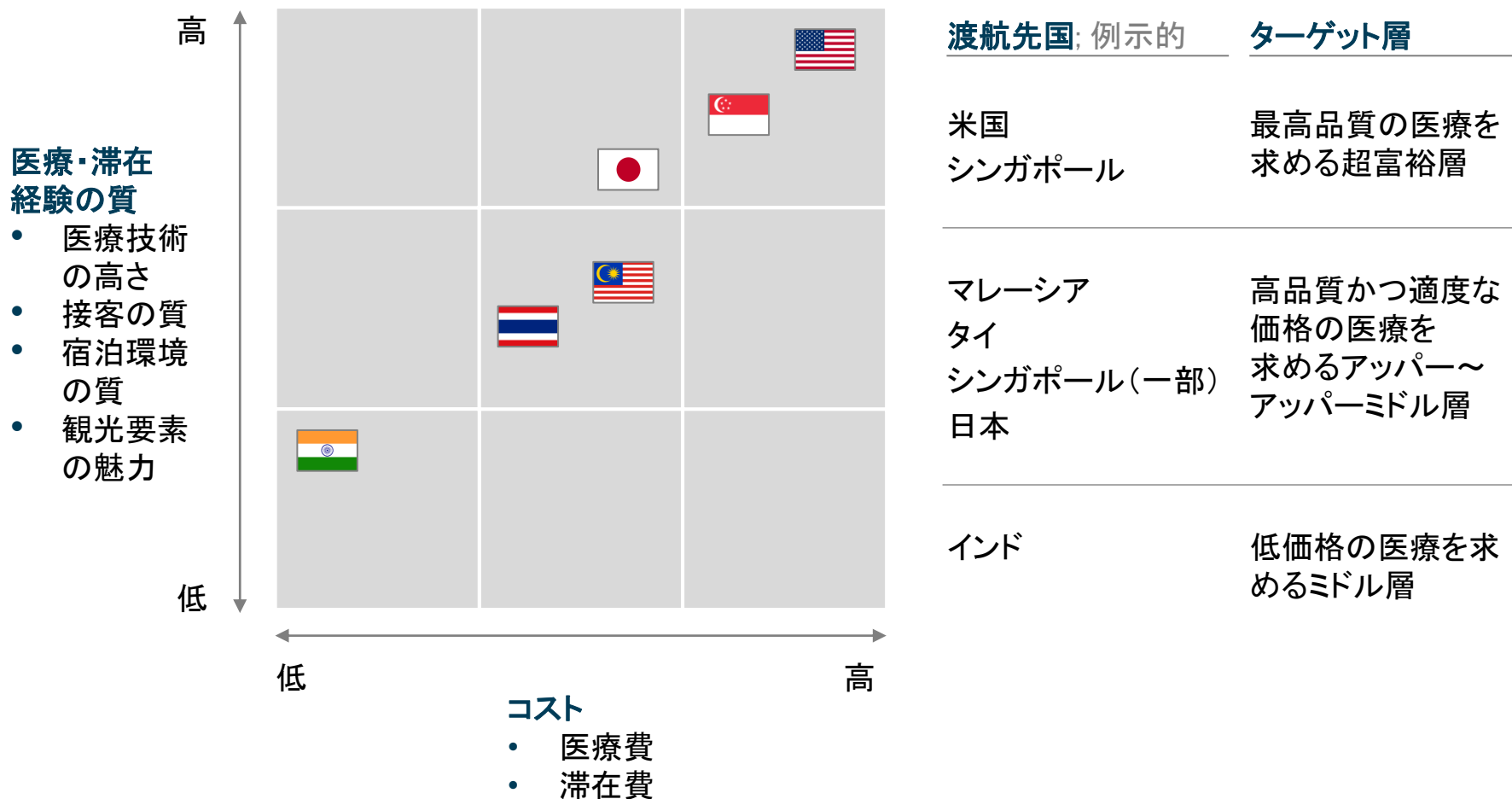
タイは美容整形等の専門分野や、検査等のリーズナブルな価格で訴求している。日本はそれと比較すると全体として高価格だが、**医師のスキルや医療機器の水準の高さ**で選ばれる。

注1: 1ドル=107.31円で換算。

注2: 外国人患者には、診療報酬の2~3倍程度の治療費が請求されていると仮定。

【診断・治療目的の渡航】市場における日本の現状分析

有識者から見た診断・治療目的の渡航市場における各国の立ち位置



【診断・治療目的の渡航】例：米国のMayo Clinicは特に中東の患者をターゲットに国際的なブランド力を生かし、シームレスな滞在経験を提供。



例示的

主な特徴

- 年間120万人を集患（全米50州、世界135か国）。
- 6,900人の専門医、臨床医が在籍。
- Mayo Clinic Care Networkには9か国48病院が所属し、Mayo Clinicの持つ知見にアクセス可能。

インバウンド患者へ提供する強み・差別化要素

国際的なブランド力

- Newsweek 2020年度世界病院ランキング1位
- 中東を中心とした地域におけるブランド力
- 現地医療機関とのネットワーク

- 領事館とのネットワークを持つなど、中東の富裕層がターゲットであり、高い人気と知名度を獲得している。
- 近年のMayo Clinic Care Networkの国際化は、現地患者が病院への信頼を高め、実際の渡航のきっかけとなることを目指している。



Mayo Clinic 国際ビジネス部門
元担当者

一貫性のあるサービス

- 患者のニーズに沿った最高品質の医療の提供を追求
- 病院の国際オフィスによる患者の滞在の包括的支援（旅程作成、医療通訳、支払い手続、コンシェルジュサービス（ホテル、交通機関手配等））

- 短期間で多分野の医師が連携して治療にあたるなど、患者のニーズを重視するMayo Clinicの治療体制は、他の病院にない強みとしてインバウンド患者からも認知・評価されている。
- 国際オフィスは、海外からの患者のニーズを全て1か所で対応できるシームレスな体験に寄与している。



Mayo Clinic 国際ビジネス部門
元担当者

【診断・治療目的の渡航】例：シンガポールのRaffles Hospitalは中東、中国、東南アジア等からの患者に対応し、国際的なマーケティングと包括的なプラン提供に取り組む。

例示的

主な特徴

- 100以上の医療機関で構成されるラッフルズグループの中核的な医療機関
- 26の専門センターを持ち、幅広い領域で高度な医療を提供（例：循環器学、神経学、腫瘍学、整形外科等）。
- JCI (Joint Commission International) 認証
- 患者の35%は外国人。100か国以上の国から渡航する。

インバウンド患者へ提供する付加価値

国際的なブランド力

- アジア5か国、13都市にグループ病院を保持。
- 東南アジアを中心に7か国に渡航支援オフィスを設置。
- 保険会社等との連携など、国際マーケティングに長年注力。

アジアで最高品質の医療が受けられる渡航先としてシンガポールは認知されており、海外マーケティングが行き届いているといえる。



ベトナム 医療渡航支援企業
マネージャー

一貫性のあるサービス

- 医療と観光両方のサービスを全て含んだ滞在パッケージの提供。
- 国際オフィスでは、渡航に関わる包括的な支援を提供（例：医療通訳、ホテルや空港リムジンの手配、コンシェルジュサービス等）。
- 中東から来院する患者に特化した高品質な滞在施設を整備（例：中東患者向けの病室での家族向け滞在スペース、ハラール対応食、通訳等の提供）。

VIPルームのような高級感のある施設での優れた滞在体験が高い付加価値となっており、単価が高い富裕層が訪れている。



ベトナム 医療渡航支援企業
マネージャー

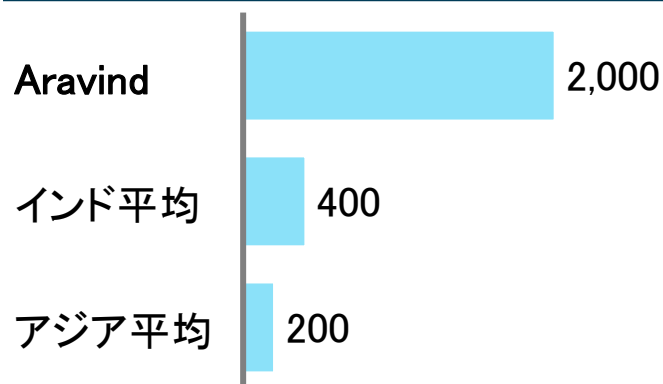
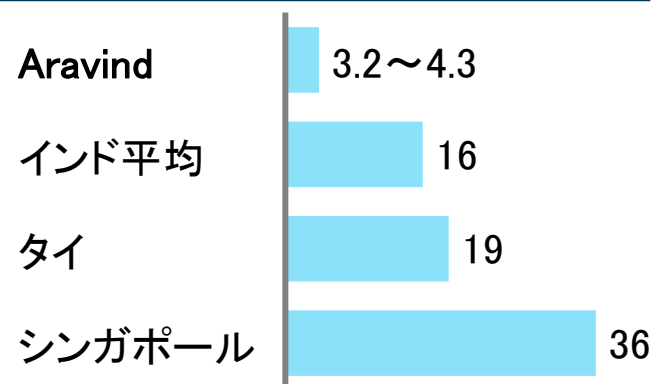
【診断・治療目的の渡航】例：インドのAravind Eye Hospitalsはオペレーションを徹底的に効率化し、大量の手術を行うことで、1件あたりコストを抑えたサービスを可能にしている。



例示的

概要

- 白内障に特化した眼科専門病院
- 9つの病院で計3,500床を保有。
- 「必要のない失明を排除する」ことをミッションに、地域の貧困層の眼科疾患治療への取組を実施。

医師1人あたりの年間手術数
件/年白内障手術コスト
万円¹;片眼

- 徹底的な効率化への取組

- 診断～手術プロセスの徹底した効率化・合理化を実施。
- 年間45万件と大量の手術を行うことで、1件あたりのコストを効率化（規模の経済）。
- レンズ工場も内製化することで、コストを低減。

- 貧困層への無料医療サービスの提供

（海外からの受入れを含めた全患者の40%が払う治療費によって、残り60%の患者に無料で手術。）

【診断・治療目的の渡航】例：粒子線治療を含むがん治療や検診・健診領域等は、知名度や設備等の面で日本の強みと認識されている。

例示的

■ 稼働中 □ 建設中

国別の粒子線治療施設数

2019年

国別の健診機器保有台数

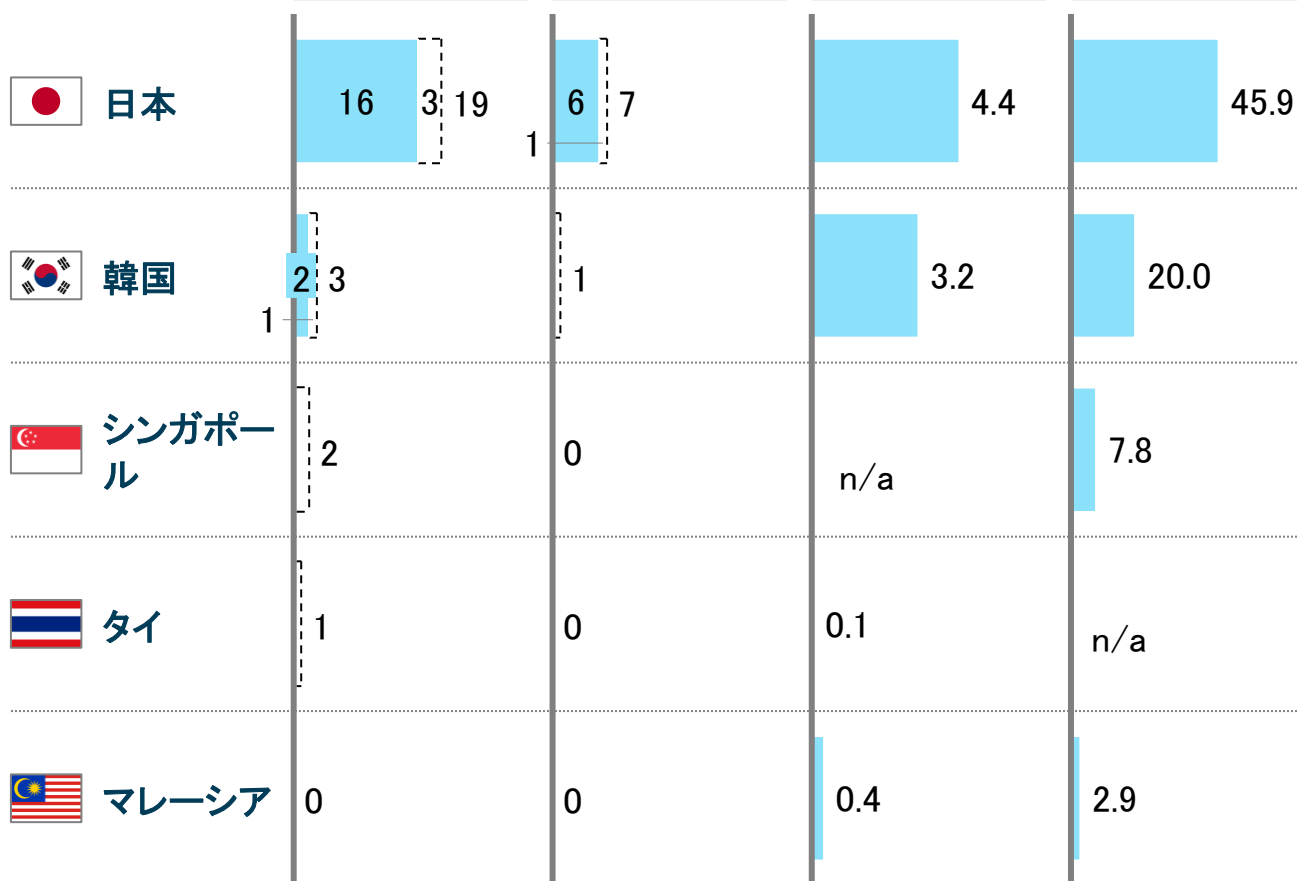
2014年；人口100万人あたり

陽子線治療

重粒子線治療

PET

MRI



中国
医療渡航
支援企業
マネージャー

PET検査といった精密な健診や、重粒子線や粒子線治療の分野では、日本の医師の知名度が高く、訪日を希望する主要な理由のひとつである。

ベトナム
医療渡航
支援企業
マネージャー

癌の精密検査や治療といった高度な医師のスキルを必要とする領域は、シンガポールと比較しても日本に強みがある。

【健康増進目的の渡航】健康増進を目的とする渡航市場における「ローカル」「自然」「ラグジュアリー」の3つの市場セグメント

例示的

健康増進を目的とする渡航市場: ニーズ別の市場セグメント

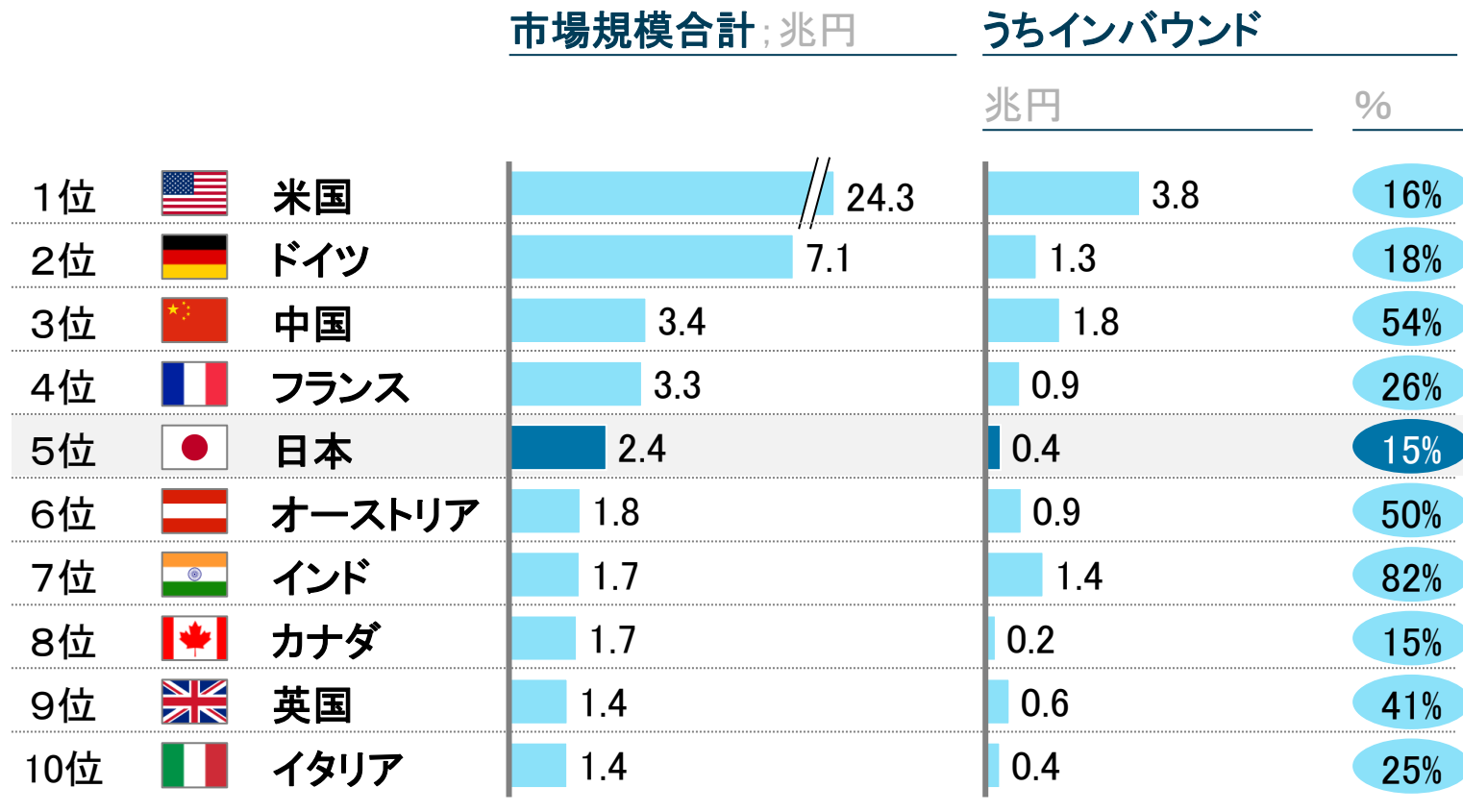
	概要	主なサービス	地域; 例示的
ローカル	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 伝統療法や地域に根差した食事、宗教的な要素など、「ローカルさ・エスニックさ」が求められる。 ▪ 治療等の効能が十分に得られると認知されている場合、治療を渡航の主目的とする層も多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ アーユルヴェーダ（瞑想・ヨガ・食事療法等） ▪ 伝統中国医学（漢方薬・鍼・灸・太極拳等） 	<p>Ananda in the Himalayas (インド)</p> <p>Hainan Island (中国)</p>
自然	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 森林や山、海等のその土地における自然資源を求める。 ▪ リラックスだけではなく、気候療法といった医学的な要素を求める場合もある。 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ トレッキング ▪ サイクリング ▪ 自然療法 	<p>Mountain Trek (カナダ)</p> <p>Baden (ドイツ)</p>
ラグジュアリー	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 世界中で標準化されたスタイルのサービスを求める。 ▪ 技術力の高さや施設・設備の質の高さを重視する。 ▪ リゾートホテル等の複数のサービスを1か所で受けられる環境も好まれる。 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ マッサージ ▪ フィットネス ▪ ヨガ 	<p>Chiva Som (タイ)</p> <p>Rancho la Puerta (メキシコ)</p>

日本では、温泉・日本食といったローカル要素や、森林浴等の自然要素が健康増進資源の筆頭に挙げられる。

【健康増進目的の渡航】例：日本は世界の中でもトップクラスの市場規模を誇るが、インバウンド比率が他国と比べ低い。

健康増進を目的とする渡航市場規模

2017年 上位10か国



- 同様の市場規模の国やグローバル平均と比べ、インバウンド比率が低い。
- 魅力的な資源があり、国内では認知されているが、インバウンド向けに最大限生かされていない可能性がある。

トップ10か国計

約49兆円

約12兆円

24%

グローバル計

約69兆円

約24兆円

35%

注1：1ドル=107.31円換算

出典：Global Wellness Institute

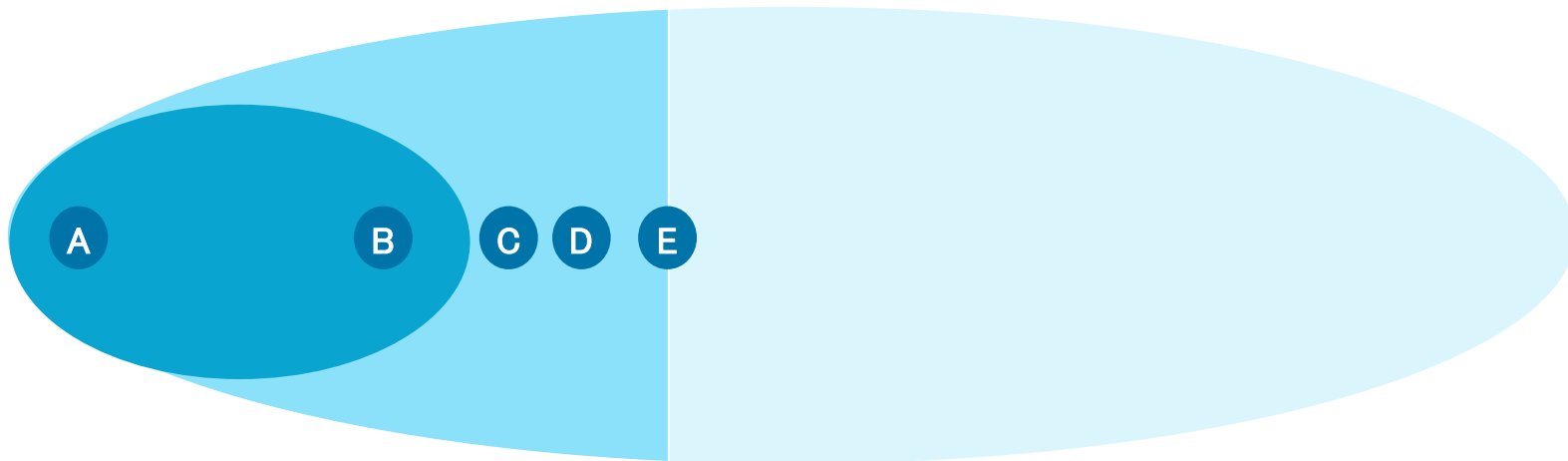
医療要素を含む渡航市場における、日本が対象とし得る5つの領域を特定。

医療要素
観光要素

強
弱

弱
強

治療・活動例



日本が
対象とし得る
領域

A
自国に無い高度な重篤疾患の治療を受けたい。

B
精度の高い健診やがん検診で健康不安を解消したい。

C
慢性疾患で困難を抱えている海外旅行を実現したい。

D
リハビリで身体の状態を改善しながら観光も楽しみたい。

E
観光のついでに伝統療法や自然療法を体験したい。

主な
疾患領域(例)

▪ がん、心臓疾患

▪ 全般的な健康不安、がんへの懸念

▪ 糖尿病、てんかん、不整脈

▪ 骨折、関節症

▪ 全般的な健康増進、不調改善

Contents

A. 事業目的・全体像

B. 事業全体の活動成果

B1. 日本の戦略的な立ち位置の特定

— 医療要素を含む渡航市場の概観

— 診断・治療目的の渡航における日本の課題・リスク

B2. 国内連携体制の構築

B3. コンテンツ造成・新型コロナをふまえた実証の実施

B4. 海外連携体制の構築

C. 各地域の取組

D. おわりに:本年度事業の学び

受診者の渡航の流れに沿った、日本への診断・治療目的の渡航における 主な課題・リスク及び滞在プラン造成にあたり考慮すべきポイント

有識者インタビュー等から挙げられた主な課題・リスク

■ 後述詳細

基盤	認知・検討	渡航準備	渡航中			帰国後
			医療	観光・滞在	その他	
<ul style="list-style-type: none"> 【リスク】医療資源を海外からの受診者に提供することに対する地域の懸念 	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】国外からの受診予定者がアクセス可能な医療機関や治療に関する情報の不足 【リスク】対象国の医療広告規制への抵触 	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】受診者の渡航手続コスト・待ち時間の負担 【リスク】渡航手続での、対象国別の個人情報取り扱い規制への抵触 	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】医療通訳や言語支援の質の低さ 【リスク】言語の壁や治療方針の説明不足による、インフォームド・コンセントの齟齬 【リスク】宗教、文化的な違いによる受診者トラブル 	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】病院や滞在・観光地、空港間のアクセスの不便さ 【課題】受診者の容体急変時の受入体制の未整備 	<ul style="list-style-type: none"> 【リスク】治療費の未払い 	<ul style="list-style-type: none"> 【課題】受診者帰国後のフォローアップ、治療に関する情報の不足

【基盤】例：地域医療資源をインバウンド患者に提供することに対する各国の考え方

診断・治療目的の渡航者受入れに関連した医療資源配分問題の国別状況; 例示的

受入状況



米国

- インバウンド患者は主に私立病院で受入れ。



タイ

- インバウンド患者は主に私立病院で受入れ。
- 政府による医師数管理はプライマリーケアの従事者が中心で、インバウンド患者に関わる私立病院への関与は限定的。



英国

- インバウンド患者は基本的にNHS(国民保健サービス)外の私立施設で受入れ。
- 診断・治療目的の渡航者の受入れは個別医療機関の判断で、政府の関与は限定的。
- 医師数管理においては国内での育成人数の制御に加え、外国人医師も受入れ。



UAE
(アブダビ)

- インバウンド患者は主に公的病院で受入れ。
- 政府によるインバウンド患者受入れの推進は、過剰供給となった公的病院の施設利用率向上が目的のひとつである。



シンガ
ポール

- 公的・私立病院でインバウンド患者を受入れ。
- 国民向け医療の質低下への懸念が社会的に高まったことを背景に、公的病院とインバウンド患者仲介企業間の契約は禁止(2018年)。

- 医療制度上、インバウンド患者を受入れる医療機関は、公的医療と異なる建付けであり、医療資源配分の問題は生じにくい。

- インバウンド患者受入推進は供給過剰な公的医療機関の有効活用策の一環であり、医療資源配分の問題は生じにくい。

- 医療資源配分問題が顕在化し、規制が強化された。

【認知・検討】例：診断・治療目的の渡航の目的地としての日本の医療機関の知名度が低く、情報が限定的なケースが見られる。

例示的

渡航先の国・医療機関の認知

- 診断・治療目的の渡航における日本の医療機関の知名度が特に都市部以外は低く、ターゲット層が他国に渡航したり、渡航先が東京等の都市部の病院に限られている。


ベトナム
医療渡航
支援企業

ベトナム、インドネシアからの渡航者にとって主要な渡航先であるシンガポール、タイ等と比較して、日本の知名度は高くない。


中国
旅行会社

中国の方には大都市の病院の方が高品質という考え方が主流なので、日本の地域の医療機関の質の高さは知られていない。

渡航先の国・医療機関の検討

- 受診者が日本への渡航を検討する際、医療機関に関する情報が限られており、渡航を断念する等の機会の取りこぼしが発生している。


インドネシア
医療渡航
支援企業

シンガポール等の他国の病院は、ウェブサイトに病院施設や医師プロフィールの情報が載っているが、日本の病院はターゲット層が求める情報を開示していない。


中国
医療渡航
支援企業

外国語対応のウェブサイトが存在しなかったり、情報が限られているので、ターゲット層からの信頼を得るための説得に時間がかかる。

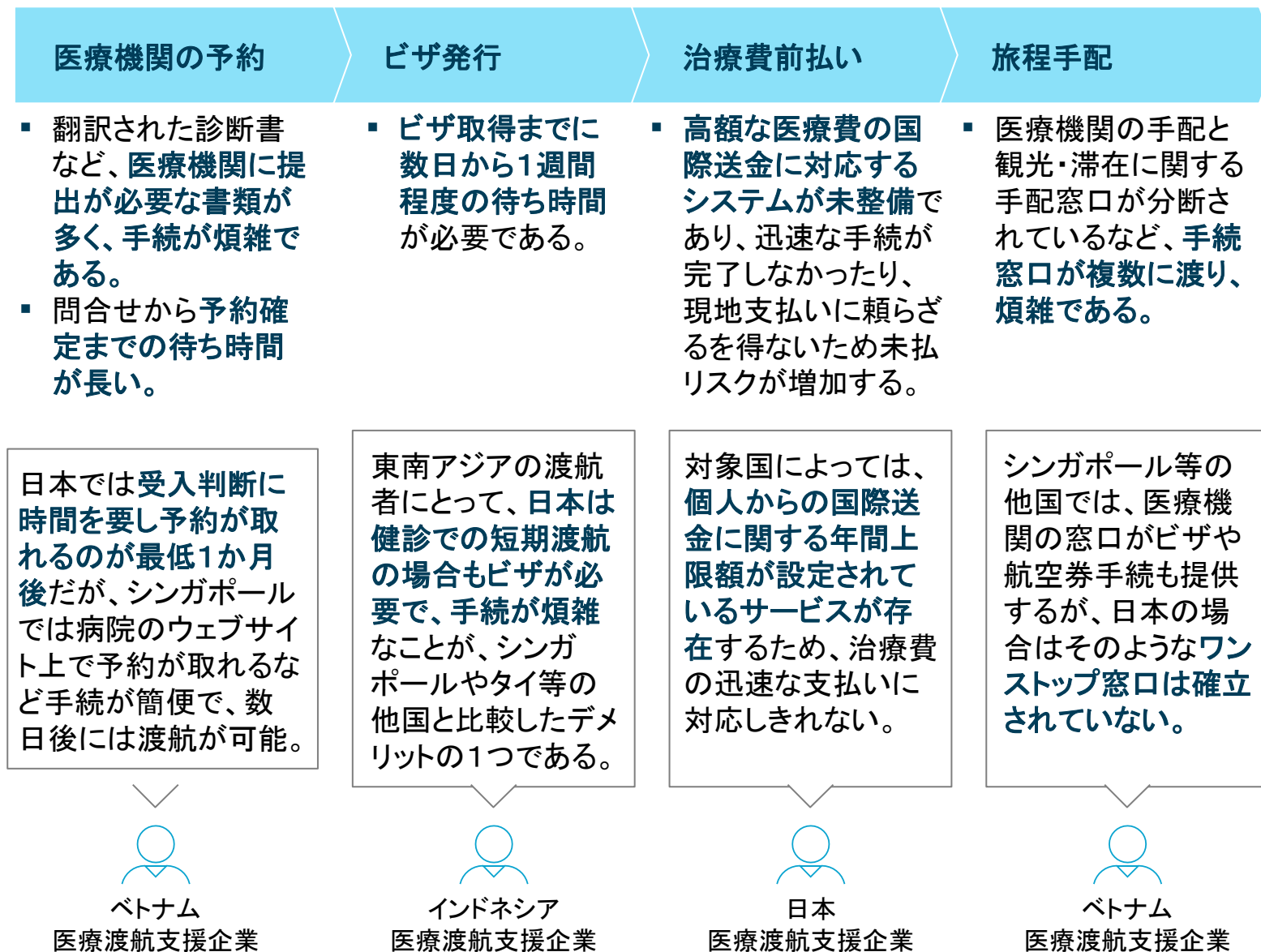
【認知・検討】例：認知・検討段階における対応策

他国事例等から考え得る
主な施策の例

	概要	留意点
政府	医療機関情報の公開拡充	<p>現在の認証制度は医療機関による立候補形式であり、観光も含めた地域の連携体制を必ずしも反映していない。</p> <p>日本のみならず対象国の医療広告規制を順守する必要がある。</p>
	国レベルでの広報展開	
	医療要素の広報の選択肢の拡充	
医療機関	国際的な認証の取得	認証条件を満たすためには体制整備への投資が必要であり、一定の患者数や組織の規模を要する。
	対象国での拠点設置	一定規模以上の医療機関でなければ海外での広報機能の内装化は難しく、連携先にとっても事業メリットが限定的である。
	外国語ウェブサイトの拡充	特に規模の小さい医療機関にとっては多言語対応のための導入・維持管理の負担が大きい。
医療渡航支援企業等	旅行会社による広報活動	一定規模以上の集患人数を確保できなければ連携先にとっても事業メリットが限定的である。

【渡航準備】例：複雑な予約・支払いシステムや手配窓口の分断等のオペレーション上の課題により、患者の渡航手続コスト・待ち時間が生じている。

例示的



【渡航準備】例：渡航手続段階における対応策

例示的

他国事例等から考え得る
主な施策の例

	概要	留意点	
政府	ビザ手続の簡略・迅速化	医療機関の予約を有する渡航者のビザなし滞在可能日数の延長やオンライン申請導入等により、手続を簡略化。	新規のビザ申請システムの導入や維持管理コストの負担が大きい可能性がある。
	医療機関認定基準の見直し	受入プロセスが確立された医療機関を認定することで、体制の整った施設を拡充する。	認定基準の設計や、既存の認証制度に登録済みの機関(JHI等)への追加審査が必要な可能性がある。
医療機関	患者受入判断の迅速化	外国人患者専門の窓口整備やウェブでの予約受付等により、手続を迅速化する。	規模の小さい医療機関にとっては窓口機能の内装化の負担が大きい。
	海外医療機関との連携	受入判断に必要な診断情報・画像情報を迅速に受け取るために、海外医療機関等との連携を構築する。	対象国によっては病院からの画像情報提供が難しい場合も存在する。
	渡航コーディネーション機能の強化	外国人患者対応の窓口で旅程全体の手配を支援するなど、コーディネーション機能を強化する。	規模の小さい医療機関にとっては、観光との連携や窓口機能の内装化の負担が大きい。
	支払いシステムの強化	クレジットカード決済や国際送金サービスの導入など、対象国別の制度に対応した支払いシステムを確立する。	規模の小さい医療機関にとっては導入コストの負担が大きい。
医療渡航支援企業等	包括的な滞在パッケージの提供	医療機関や観光関連企業との連携により、渡航に必要な手配を一括で担う窓口機能を整備する。	一定規模以上の集患人数を確保できなければ連携先にとっても事業メリットが限定的である。

Contents

A. 事業目的・全体像

B. 事業全体の活動成果

B1. 日本の戦略的な立ち位置の特定

— 医療要素を含む渡航市場の概観

— 診断・治療目的の渡航における日本の課題・リスク

B2. 国内連携体制の構築

B3. コンテンツ造成・新型コロナをふまえた実証の実施

B4. 海外連携体制の構築

C. 各地域の取組

D. おわりに:本年度事業の学び

本年度事業では、各地域において、行政・医療・観光関係者を巻き込み、事務局機能を担う団体の性質は地域により異なる。

本年度事業の事業運営体制;太字が事務局担当

		医療	観光	行政
事業展開型	鹿児島県指宿市	<ul style="list-style-type: none"> メディポリス国際陽子線治療センター 相良病院 	<ul style="list-style-type: none"> いぶすき観光デザイン 行楽ジャパン 指宿観光&体験の会 	<ul style="list-style-type: none"> 指宿市 健幸・協働のまちづくり課
	栃木県那須塩原市	<ul style="list-style-type: none"> 塩原温泉病院 	<ul style="list-style-type: none"> 那須塩原市観光局 塩原温泉観光協会 	<ul style="list-style-type: none"> 那須塩原市 商工観光課
	和歌山県全域	<ul style="list-style-type: none"> 健診センター・キタデ 白浜はまゆう病院 	<ul style="list-style-type: none"> 中紀バス ユタカ交通 	<ul style="list-style-type: none"> 和歌山県 観光振興課、観光交流課、医務課
	長野県松本市	<ul style="list-style-type: none"> 慈泉会(相澤病院) 	<ul style="list-style-type: none"> 松本コンベンション協会 	<ul style="list-style-type: none"> 長野県健康福祉部・観光部
	沖縄県沖縄市	<ul style="list-style-type: none"> 医療法人タピック 	<ul style="list-style-type: none"> 沖縄市観光物産復興協会 	<ul style="list-style-type: none"> 沖縄市観光復興課
	石川県七尾市	<ul style="list-style-type: none"> 恵寿総合病院 	<ul style="list-style-type: none"> ななお・なかのとDMO ドラゴンルート推進協議会 和倉温泉旅館協同組合 	<ul style="list-style-type: none"> 七尾市産業部商工観光課
	東京都品川区	<ul style="list-style-type: none"> 東京高輪病院 	<ul style="list-style-type: none"> JR東日本品川駅 プリンスホテル 	<ul style="list-style-type: none"> 品川区文化観光課
長期滞在型	岐阜県美濃加茂市	<ul style="list-style-type: none"> 木沢記念病院 	<ul style="list-style-type: none"> JTB岐阜支店(支援事業者として事務局担当) 	<ul style="list-style-type: none"> 美濃加茂市産業振興課

持続的な事業の推進には、地域の事業内容・ケイパビリティをふまえた、適切な国内連携体制の構築が重要。

主な利点と課題

成功要件

行政主導型

- ⊕ 行政が事務局機能を担うことで、地域関係者との既存の広範なつながりを生かし、医療機関や観光事業者を巻き込んだ効果的な建付けの構築がしやすい。
- ⊕ 既存の地域観光戦略との連携がより円滑に行うことができ、事業の規模を拡大しやすい。
- ⊕ 受入環境・ツールの整備等地域全体に関わる改善に取り組みやすい(例:多言語コールセンターの設立)。
- ⊖ 滞在プラン造成・事業化における実務を担う人的リソースが不足している。

- 地域として事業による効果(社会的・経済的)を最大化するために、地方公共団体による観光戦略との調整・連携を主導する(例:地域全体としてのブランディング戦略の策定)。
- 実務を担う人的資源を確保・育成し、事業を加速させるためには、早期の工数の把握、キャパシティの確保、他地域関係者との役割分担等の体制を前もって構築することが重要である。

医療機関主導型

- ⊕ 既存の国内外事業者・医療渡航支援企業とのつながりを活かした、新規連携先候補の開拓や連携強化を推進しやすい。
- ⊕ 患者や医療現場目線でのコンテンツ造成がしやすい。
- ⊖ 観光コンテンツ造成や事業運用体系構築を担う関係者が不足している。

- 事業構築に必要な活動・役割を明確化した上で、足りない専門的知見を補完するために関係者を巻き込む。
- 持続的な事業の構築のため、中長期的に行政による理解・支援を取り付けることで事業推進を更に加速できる(例:地域の観光戦略への組み込み)。

観光事業者主導型

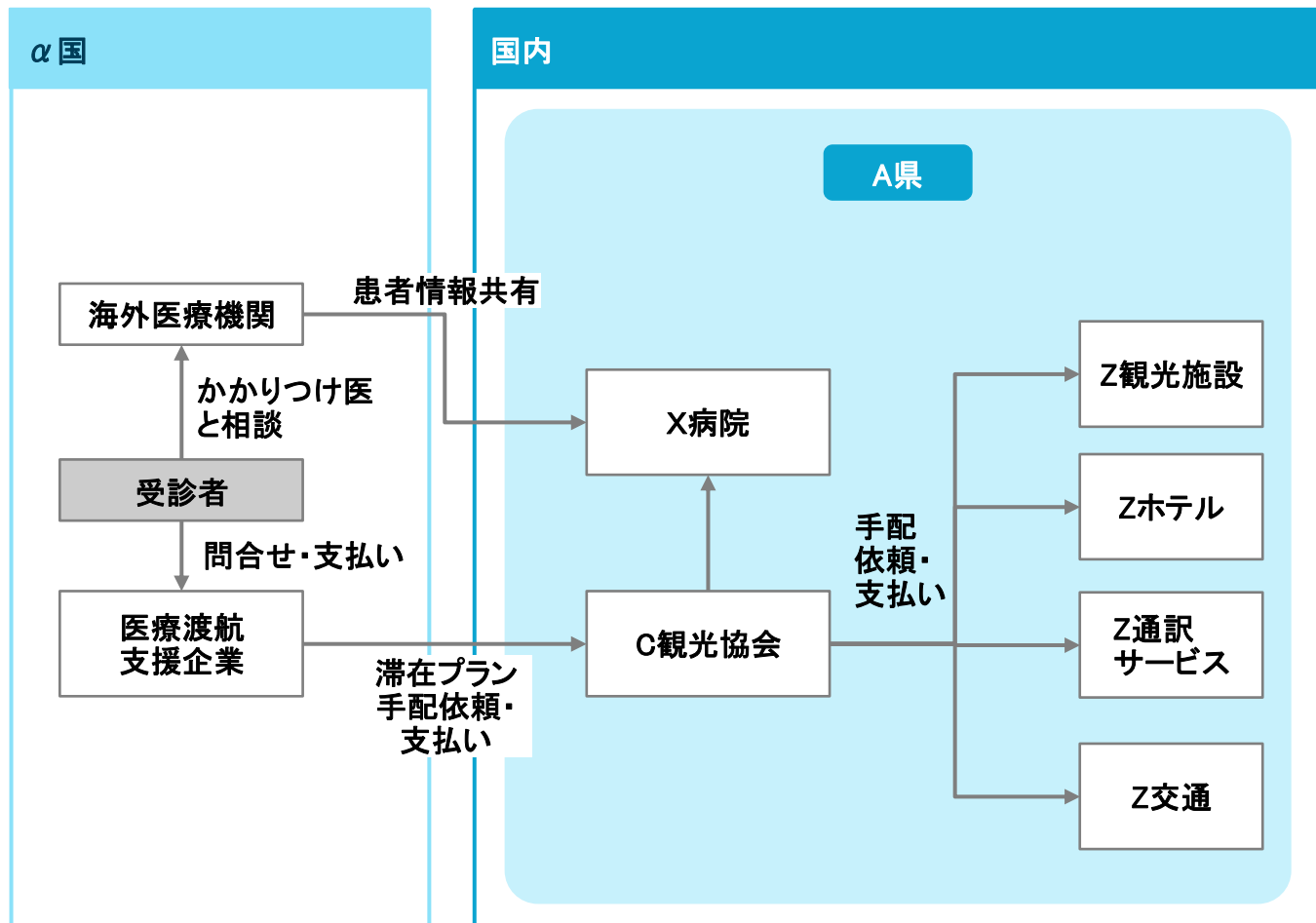
- ⊕ 観光事業者としての観光及びビジネスの知見を活かして事業を構築しやすい。
- ⊖ 医療現場や医療に係る制度・規制の知見を有する関係者が不足している。

海外からの集患を伴う事業化に向けて、事業を推進する上での業務の分担を事業運営体系として明確化。

背景・目的

- 本年度事業開始時点では、ほとんどの地域においては集患に必要な関係者の特定・役割の明確化ができていなかった。
- 地域のネットワークや支援事業者が有する現地ネットワークを活用し、事業運用体系を構築した。

事業運用体系の例



地域関係者を巻き込んだ週次定例会やワークショップを通じて、各地域における連携体制を強化し、事業の進捗を加速。

	目的	頻度	参加者		
			事務局関係者	連携体制内関係者	その他事業者
キックオフ	<ul style="list-style-type: none"> 地域関係者間で初期的な事業目標と事業計画を説明し、すり合わせする。 	事業開始時に1回			
コンテンツワークショップ	<ul style="list-style-type: none"> 地域関係者間でターゲット層のペルソナを明確化した上で、新規性・実現可能性の高い滞在プランを造成する。 	計1-2回			 コンテンツに関する事業者のみ(例:旅館)
地域協議会	<ul style="list-style-type: none"> 地域の連携体制を継続的に構築する。 コンテンツや海外連携計画について認識をすり合わせる。 	四半期に1回程度			 議題に関する事業者のみ
週次定例会	<ul style="list-style-type: none"> 事業推進上のタスク・期限を明確にし、進捗を管理する。 早期の課題特定や定期的な議論を通じて問題解決を加速する。 	週1回			

Contents

A. 事業目的・全体像

B. 事業全体の活動成果

B1. 日本の戦略的な立ち位置の特定

— 医療要素を含む渡航市場の概観

— 診断・治療目的の渡航における日本の課題・リスク

B2. 国内連携体制の構築

B3. コンテンツ造成・新型コロナをふまえた実証の実施

B4. 海外連携体制の構築

C. 各地域の取組

D. おわりに:本年度事業の学び

コンテンツ造成・実証のアプローチ

1

ターゲット層のニーズの深掘り

- ターゲット層に対する理解を深めるために、インタビューを実施し、ニーズを具体化。
- 長期滞在型(岐阜県美濃加茂市)では、デザインアプローチを通じて、ターゲット層に対する理解をより深め、理想的なジャーニーを策定。

2

滞在プランの具体化

- 滞在プラン造成に向けて、地域の医療・観光資源を棚卸し。
- 地域関係者を巻き込み、オンラインで滞在プラン造成ワークショップを実施。

3

実証を通じた滞在プランの最終化

- 在留外国人モニター(ターゲット層)・事業者を対象に訪問・オンライン実証を実施。
- 滞在プランのコンテンツ・受入体制・価格に対するフィードバックを受け、改善点を滞在プランへ反映。

4

価格精査・事業性評価

- 原価や事業者マージンを基に、滞在プランの希望小売価格を算出。
- 集患目標を基に、滞在プランの売上見込み及び波及効果を初期的に概算。
- 地域の医療キャンペーンに負の影響がないか確認。

健康を含む連続のニーズに基づき、4つの顧客タイプを特定

ニーズの違いによって分類される顧客タイプは、ターゲット層へのアプローチを設計し、タイプごとに異なる顧客のニーズ、動機や、価値の行動の発露点とあるゴールの発露点に定着



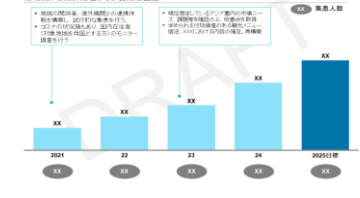
和歌山の滞在プランから主要な特徴を抜粋

滞在プラン	滞在プラン	滞在プラン	滞在プラン
滞在プラン1	滞在プラン2	滞在プラン3	滞在プラン4
滞在プラン5	滞在プラン6	滞在プラン7	滞在プラン8
滞在プラン9	滞在プラン10	滞在プラン11	滞在プラン12



2025年までの事業目標を策定

令和4年度事業計画(内容)は変更せず
本事業における事業目標
期: 2021-2025. 滞在プラン費用は固定



1 長期滞在型：インタビューを通じて、健診において差別化されたパッケージを提供する上で考慮すべき5つのポイントを特定。

長期滞在型プランにおける考慮すべきポイント

日本の
おもてなし

日本のおもてなしで受診者にサービスを提供することに誇りを持ち、最も重要である健康とウェルネスに注力できるよう、常に気配りの行き届いた効率的な体験とサービスを提供する必要がある。

リフレッシュ

受診者と同行者が心身共に完全にリフレッシュして帰国できるよう、刺激や気づきを与える活動と心が休まる体験のバランスが取れた渡航パッケージを考案する必要がある。

パーソナ
ライズ

受診者が安心して休暇を過ごせるよう、ニーズ、滞在期間、興味を基に一人ひとりに合ったフレキシブルなサービス体験を提供する必要がある。

透明性

何がいつ、なぜ起きるか、目指す結果を得るにはいくらかかるかを簡潔かつ積極的に伝え、受診者自身の健康とウェルネスに対する理解を促進する必要がある。

容易な
アクセス

必要な場所で必要な時に、好みに合ったオンラインと対面方式のチャンネルでサービスと体験にアクセス可能な状態であることを保証する必要がある。

長期滞在型：健診を含む渡航のニーズに基づき、4つのターゲット層の

1 タイプを特定。

ニーズの違いによって分類されるターゲット層のタイプは、対象とする患者像の把握や、滞在に対する期待、及び行動の背景にある渡航目的を理解することに役立つ。



1. 質の高い医療を探すタイプ

- 非常に健康に関心が高く、毎日健康に気を配る。
- 薬とライフスタイルにおける工夫を通じて、健康の現状維持に努めている。

健康に対する姿勢



2. くつろぎを求めるタイプ

- 健康維持を常に心がけている。
- 3つの高（血糖値、血圧、コレステロール）など、健康に軽度の不安がある。
- 健康のために何をすればよいかわからない。



3. 訪日頻度の高いタイプ

- 健康に関心はあるが、何もしていない。
- 現在は健康であり、10年間は健康な状態が続くと考えている。
- 日本の治療を好む。



4. 有名観光地を満喫したいタイプ

- 現時点では不安がないため、健康の優先順位は高くない。
- 健康診断は優先事項ではないため、健康診断を受けることは皆無に近い。
- 健康維持に努力している。

上位3つのニーズ

- 疾患の知識が豊富な信頼できる医師
- 包括的なプランだけでなく、自分の症状に合わせた追加オプション
- エネルギーレベルに合ったのんびりした旅程

- 急がずストレスがない、リラックスできる体験
- VIPのような細やかな扱い
- 感動・驚きをもたらす体験（例：アロマセラピー）

- 日本文化に浸ることができる地域住民のような生活
- 日本特有のおもてなし
- 医療プランにおける追加オプション

- SNS等を通じて共有できる瞬間
- 半日等、短く、迅速な健診フロー
- 健診に不慣れでも理解可能なコンテンツ

経験を左右する最優先事項

- 個別化された健康診断のオプション
- 事後フォローアップ等のサポート

- リラックスでき、ストレスフリーな体験
- 計画をたてる手間の最小化

- 自由に旅程を組み合わせる上での場所の利便性
- 医療や観光を通じた日本らしさの体感

- 「インスタ映え」する場所
- （リピーターの場合）観光体験の優先

1 長期滞在型：ターゲット層が求めるニーズや体験、それに訴求するための商品の

主な特徴を明確にした、健診を受ける渡航者の流れ（「ジャーニー」）を作成。

渡航の段階

渡航の流れ（「ジャーニー」）における段階（例：検討、到着、受診）

ターゲット層（渡航者）のニーズ

各段階におけるターゲット層の具体的なニーズ

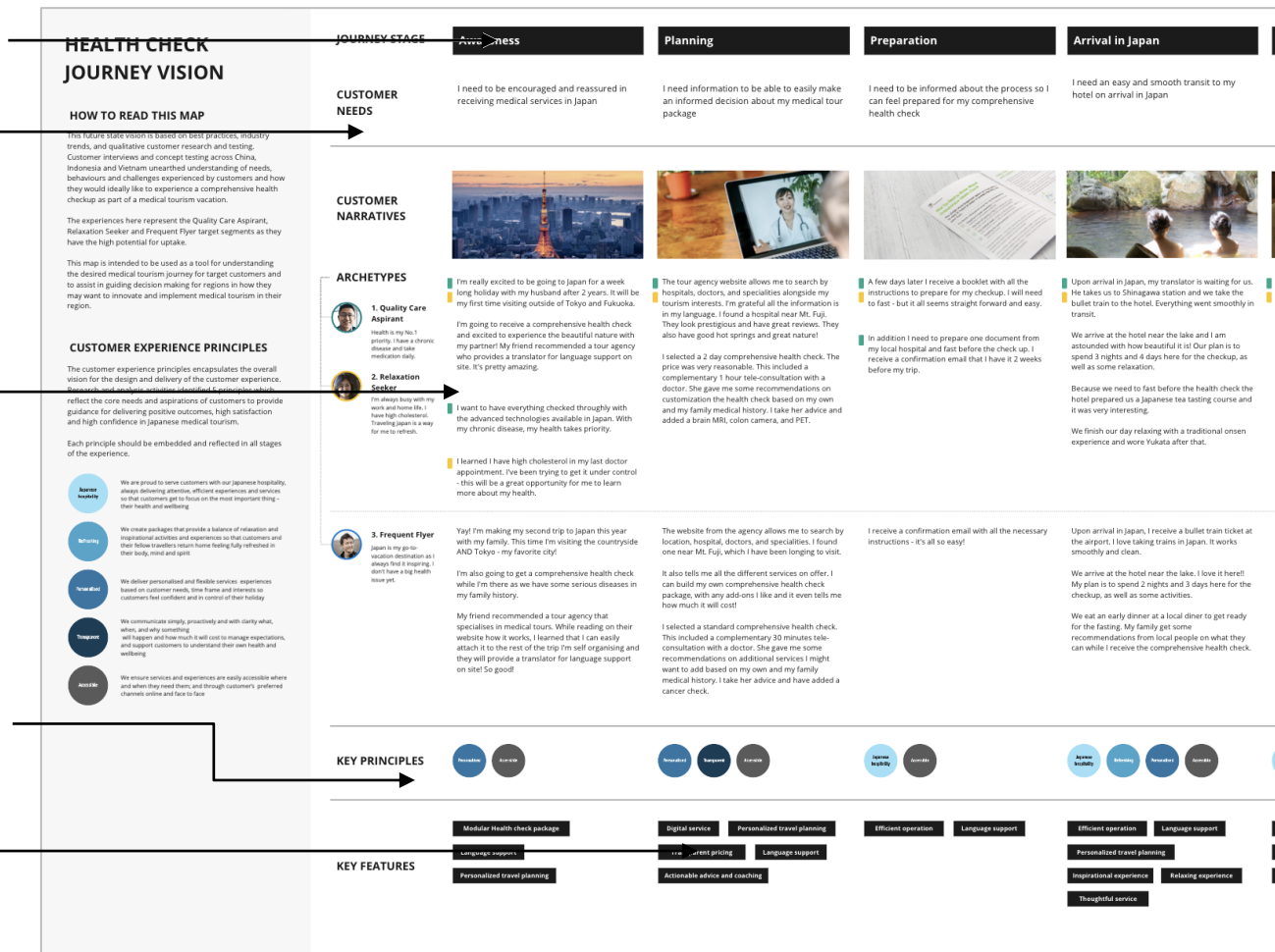
ターゲット層（渡航者）のストーリー
渡航者の視点から見た理想的なシナリオについて、詳細かつ網羅的な記述

体験のポイント

各段階に適用される渡航中の体験のポイント（例：おもてなし、透明性）

主な特徴

各段階においてニーズを満たすために核となる特徴のリスト



1 長期滞在型：健診の理想的なジャーニーを実現するために重要となる11の特徴

日本のおもてなし	1 心のこもったサービス	■ 観光と総合健康診断のあらゆる面での気配りが行き届いたケア
	2 効率的なオペレーション	■ 対象患者が時間通りに施設に到着するための送迎を含む観光と健康にまたがるシームレスなサービス
リフレッシュ	3 リラックスできる体験	■ 食事やマッサージ、温泉、その他の自然体験等、健康を高めるための体験
	4 感動的な体験	■ 日本文化に浸るために、歴史や背景を学びながら、地域住民のように生活する体験
パーソナライズ	5 モジュール型健康診断パッケージ	■ 対象患者の健康ニーズに合わせた最適なオプションの提供
	6 個々に合わせた渡航計画	■ ニーズに基づいた高度にパーソナライズされた計画のサポート
透明性	7 実現可能なアドバイス	■ 対象患者とスタッフとの間の積極的かつ誠実なコミュニケーションによる健康維持のためのアドバイス提供
	8 価格の透明性	■ 明確な料金体系とコミュニケーションによる、各サービスの内容と金額に対する対象患者の理解
良好なアクセス	9 言語サポート	■ 観光や医療のあらゆる面における言語サポート、通訳サービスの提供
	10 デジタルサービス	■ いつでも利用できるサービス情報・オンライン相談や、可能な限りデジタル化されたロジスティクス
	11 健康の維持サポート	■ 対象患者が健診後に医療従事者に相談するためのフォローアップ面談や、自国での医療サポート

2 地域関係者を巻き込んだコンテンツ造成ワークショップを通じて、医療内容や ペルソナ特有のニーズをふまえた滞在プランを造成。

ワークショップの目的

- 各地域関係者と支援事業者の多様な観点から滞在プランを検討し、実現可能性の高いプランを効率よく造成。
- 同時に、地域関係者同士で意見を交わすことで、地域内連携体制を強化。

ワークショップの内容・成果

オンラインホワイトボードツールを活用し、各地域において、約4時間の地域関係者全員を集めたワークショップを実施。

ペルソナ理解

- ペルソナのイメージを膨らませることで、ターゲット層の像を明確化。例：
 - 家族構成
 - 仕事・趣味
 - 性格



滞在プラン造成

- 渡航前から帰国までの各ステップにおいての提供価値やペルソナに沿ったコンテンツやサービスを洗い出し。



地域関係者

これまで観光コンテンツが絞れていなかったが、ワークショップ中に出てきた心・体・食事の枠組みに基づいて滞在プラン内のコンテンツを決められ、非常に良かった。

3 在留外国人モニター・専門知識を持つ国内外事業者から滞在プランのコンテンツ・受入体制・価格に対するフィードバックを受け、改善点を洗い出し。

実証の目的

【背景】年始の新型コロナ感染状況拡大をふまえて、

- 本年度の訪問実証は在留外国人の県内集患に限り実施(体験は観光コンテンツのみ)。
- 緊急事態宣言や地域の受入状況等により訪問実証が困難な場合はオンライン実証を実施。

【実証の主な目的】

- 地域内受入体制・運用オペレーションの確立
- 滞在プランの改善
- 事業性の検証(価格の競争力、収益性含む。)
- 海外連携の強化
- 事業拡大への実績活用

各地域における実証内容

	モニター(ターゲット層)		国内外事業者	
	訪問	オンライン	訪問	オンライン
鹿児島県指宿市	✓			✓
栃木県那須塩原市		✓		✓
和歌山県全域		✓		✓
長野県松本市		✓		
沖縄県沖縄市	✓	✓		✓
石川県七尾市	✓			✓
東京都品川区		✓		✓
岐阜県美濃加茂市	✓			✓

3 新型コロナ感染状況拡大をふまえて、各地域で実証手法を工夫。

概要

- 県内在住のターゲット層に近い参加者(「モニター」)を地域に招き、参加者が滞在プラン行程の一部を実際に体験。
 - ー 一部コンテンツを実施。例：
 - 観光：新規造成した座禅・里山体験
 - 医療：滞在プランの特色の説明(病院への訪問は無し)
 - ー プランに沿った宿泊、食事、通訳、移動手段を手配
- 体験最中・直後のインタビュー等を通じて、体験に基づく滞在プランへの感想・意見をヒアリング。

訪問実証



実施の工夫；非包括的

- 新型コロナ感染状況拡大をふまえ、感染予防対策を実行。
 - ー モニターは県内にて集患。
 - ー 医療要素等の体験できないコンテンツは、オンラインへ切り替え(例：デモデータを活用した健診結果の説明)。
 - ー 複数名での食事は実施しない。
 - ー 常時4名以下で行動(ガイド、通訳等を含む)。

- モニター・事業者向けに体験動画や、パンフレット形式のプレゼンテーションをオンラインで共有し、滞在プランを説明。
- インタビューやアンケートを通じて、滞在プランに対する意見・感想をヒアリング。

オンライン実証

日本の山岳リゾート・那須塩原でリラックスしながら健康改善を目指す4日間

目的	項目	期間(日)	内容(オンライン/オフライン)	実施形態
イントロ	体験説明	3	モニターを基にした内容共有、体験動画、体験のイメージ、体験のイメージ共有	high
滞在プラン	プレゼン	4	滞在プランの内容をモニターを基にした説明、体験のイメージ共有、体験のイメージ共有	high
体験	体験動画	10	体験動画の視聴、体験のイメージ共有、体験のイメージ共有	high
インタビュー	アンケート	7	モニターを基にしたアンケート、体験のイメージ共有、体験のイメージ共有	high
まとめ	振り返り	10	モニターを基にした振り返り、体験のイメージ共有、体験のイメージ共有	high

滞在プラン概要

- ・ 那須塩原にて温泉を活動した健康改善プログラムを実施し、自然を満喫
- ・ 滞在中は医療コンテンツ体験が中心で、ツアー全体を通じて健康に配慮した工夫が、ツアー全体から健康改善を目指す
- ・ 滞在期間中は約100万円以内

体験の見どころ

- ・ 温泉地帯の温泉を活動した健康改善プログラムを実施し、自然を満喫
 - ー 健康状態のチェック
 - ー 温泉施設(水の中運動)
 - ー 健康改善
- ・ 医師の監修付きで観光プログラムを企画、観光中の健康を促進
 - ー スピークショー
 - ー 滞在期間中に「自分も健康に配慮」健康にまつ工夫を共有
- ・ ハイグレード旅館にて温泉、医療コンテンツ等は、高額の中国人スタッフ(言語対応)を実施
 - ー 観光期間中にツアーガイド
 - ー 高円はすべて中国語で行き

- 訪問実証の体験内容や地域関係者によるデモを撮影し、体験に近い形で情報を共有。
- 事業者に対してはプランの実際の販売を想像できるよう、旅行パンフレットに掲載可能な程度の情報量に抑えて紹介。
- 詳細なインタビューガイドをあらかじめ作成し、回答しやすい雰囲気醸成や深層ニーズの聞き取りができるよう準備。

3 モニター・事業者を対象としたオンラインでのニーズの聞き取りに加えて、一部訪問実証実施地域では通訳ツールを活用し、検証。

例示的

各主要対応業務・利用シーンについて実証から見てきた課題の例

支払いツール



- 中国人向けの決済手段はAlipay等が好まれるが、地域の飲食店では整備されていないケースがある（岐阜、和歌山）。
- 医療コンテンツは当日払いの想定のため、直前キャンセルのリスクがある（東京）。

コミュニケーションツール



- 付添人が全日程に参加できない場合、コミュニケーションツール（例：WeChat）を通じて経過報告や緊急連絡ができると良い（沖縄）。
- 医療機関と患者との滞在前・後のフォローアップにはWeChat等が便利との声、ただし未対応の医療機関もある（和歌山、石川）。

通訳ツール



- リハビリ等の患者・セラピストが動いている際はタブレット式の通訳ツールだとプログラムに集中できない（沖縄）。
- うつ病セラピーなど、ニュアンスの説明が複雑な翻訳を要する場合は、通訳ツールでは伝わらないこともある（沖縄）。
- 宿泊施設へ医療コンテンツに関する問合せが中国語であった場合、対応できない（東京）。
- メディカルコンディショニング及び合宿中のサポートは対象スポーツ（サイクリング）の知識がある通訳の同席が望ましい（長野）。

課題に対する対策案の例

- 地域の次年度計画において、電子決済が可能な店舗を予め特定し、患者に案内できるようにする。
- 事業者経由の場合は、事業者を通じて事前に費用の回収を依頼し、個人の場合は、当日医療コンテンツ提供前の支払いとする。
- 地域の次年度計画において、WeChat等の導入を含めた連絡体制を検討する。
- 一部動きを伴うプログラムでは実際の観光通訳者を活用する。
- リハビリや疾病の性質により、タブレットではなく医療通訳を介して通訳を行う。
- 医療コンテンツに関する問合せ対応は、通訳を有する病院に一本化する。
- 当該スポーツについて一定の知識を有し、かつ英語対応が可能なスタッフや地域関係者を次年度以降特定する。

4 事業計画を立案し、地域内で次年度以降の目標をすり合わせすることで、事業に対する腹落ちや追加的関係者の巻き込み時のポイントを明確化。

収益性(事業性)の概算方法

項目

仮定及び定義

本事業による
インバウンド集
患目標;人



滞在プランの
希望小売価
格;円



本事業による
波及経済
効果;円



売上見込み;
円

- 滞在プランを通じての追加インバウンド患者目標人数を設定。
 - 滞在プランの対象診療科のうち地域内で同様の事業が可能な病院への展開も考慮。
 - 2025年度目標に向けた各年推移は目標値を置く。
- 基本プラン原価に事業者マージンを掛けたものに追加プランの原価を合算して滞在プラン価格を算出。
 - 基本プラン原価: 宿泊費、医療・観光費用、交通費、観光ガイド費用、通訳費
 - 事業者マージン: 基本料金に対する業界平均マージン
 - 追加プラン原価: 追加医療・観光オプション、宿泊先のアップグレード等
- 渡航者の1泊毎の平均滞在単価(プランに含まれている内容以外)に滞在プラン泊数を掛けて算出。
 - 平均滞在単価¹⁾: 飲食費・娯楽等サービス代・買い物代・その他費用(各地域のプラン内容によって調整。)
- 2022-2025各年のプラン売上と波及経済効果を合算した売上見込みを算出(事業者に対するマージンも含む。)

事業への意味合い

- 地域間で事業目標に対する実現可能性について認識をすり合わせ。例:
 - 集患目標が地域・受入医療機関の医療資源・キャパシティを逼迫しないか。
 - 集患目標が観光施設の受入余力内か。
- 事業性を明示し、対外的な事業説明や交渉に活用する。例:
 - キャパシティや事業への理解を確保する際に、地域に対する経済効果を提示。
 - 海外連携先と交渉する際に、将来的な事業規模を提示し、中長期的な連携を見据えて議論。

注1: 観光庁「2020年1-3月期 訪日外国人消費動向調査」における訪日中国人の滞在単価(飲食費・娯楽等サービス代・買い物代・その他含む)を基に、各地域での滞在プランに含まれている要素を除き、一日あたり14,505~28,373円/客として概算。

Contents

A. 事業目的・全体像

B. 事業全体の活動成果

B1. 日本の戦略的な立ち位置の特定

— 医療要素を含む渡航市場の概観

— 診断・治療目的の渡航における日本の課題・リスク

B2. 国内連携体制の構築

B3. コンテンツ造成・新型コロナをふまえた実証の実施

B4. 海外連携体制の構築

C. 各地域の取組

D. おわりに:本年度事業の学び

本年度事業を通じて、国内外事業者・医師会との初期的な連携構築を実現。

対象国において、連携対象となり得る中国現地事業者を含む国内外の医療渡航支援事業者や医療機関を洗い出し、候補に声掛けを実施。

鹿児島県指宿市

2社

栃木県那須塩原市

2社

和歌山県全域

2社

長野県松本市

なし

沖縄県沖縄市

16社

石川県七尾市

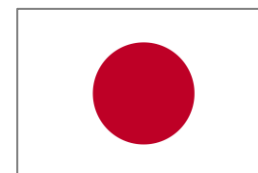
3社

東京都品川区

4社

岐阜県美濃加茂市

3社



造成した滞在プランの魅力、コンテンツ概要(医療・観光)、旅程、金額をまとめた紹介資料や対象患者向け実証の体験動画等を活用し、連携先候補と当該プランの商品としての魅力や想定販売価格に関する意見交換を実施。



診断・治療目的の渡航の場合、直接滞在プランに応募するケースは通常の旅行に比較して少なく、集患においては医療渡航支援企業との連携構築が重要。

集患手法; 例示的

期待できる集患効果

医療渡航支援企業・ 現地旅行代理店

高: 知人経由・オンラインの情報に基づき、現地医療渡航支援企業等に問い合わせ・コンサルティングを依頼するケースが多い。

医療機関(病院、 現地医師会を含む。)

低～中: 現地医療機関からの紹介もあり得るが、医療機関側のインセンティブが少ないため限定的である。

仲介なし (患者自身・ 家族・友人経由)

低: 言語・信頼性の観点から、患者自身が直接日本の医療機関に依頼する事例は限定的である。

最初は友人から医療エージェントを紹介されて、日本で健診を受けた。コンサルティング会社の専門的意見と友人の体験談を参考にした… 頸椎手術の必要があった際に、同エージェントに実績のある国内(日本の)医療機関を紹介してもらい、国内病院で手術を受けた。



日本に治療目的の渡航経験のある
中国人会社経営者

海外の医療機関との連携を過去に試みましたが、集患にはつながらなかった。医療機関から集患を実現するには、医療機関側にとっての明確な意義を提示する必要がある。病院によっては、紹介費を求めるケースも存在する。



診断・治療目的の渡航
エキスパート(国内)

本年度事業の実証の一環として、今後の事業でも活用し得る紹介資料を作成。

実証に向けてモニター・事業者向け説明資料を作成(岐阜の例)。

美濃加茂の自然の中で心身ともに健康を目指す1週間

滞在プラン概要

- 1週間で滞在プランでがん検診と美濃加茂市の観光を合わせ、心身ともに健康を促進する。
- 本沢記念病院でがん検診
- 正眼寺での坐禅・写経体験
- 美濃加茂の自然資源を利用した観光アクティビティ
- 下呂温泉でのくつろぎの時間
- 観光コンテンツにすべて観光ガイドが同行し、トラブル時も安心

滞在プランのおすすめポイント

- 厳格な禅寺として有名な正眼寺でスタッフによるガイドダンス付きの座禅・写経などの本格的な修行体験
- 瞑想にはストレス軽減効果が心身ともにリラックス
- 美濃加茂市内での豊富な自然を利用して、がん検診後でも無理にアクサスできる多様な観光計画

観光：心を無にできる正眼寺での禅体験

正眼寺

- 開山700年ほどの歴史のある厳格な禅寺
- 本堂の正面には市の文化財である樹齢300年と推定されるしだれ桜がある

座禅

- 正眼寺スタッフのガイドの下、本格的な座禅体験
- 姿勢を正して座り、瞑想を行うことで精神統一を達してストレス軽減を図る

写経

- 正眼寺スタッフのガイドの下、仏教の修行の一つである写経(経典を書き写すこと)を体験
- 日々の煩惱を忘れ、写経という単純作業に集中することでリラックス効果が期待

医療：木沢記念病院でのがん検診

検査内容	対象疾患	所要時間
血液検査	肝臓がん、膵臓がん、腫瘍がん、骨がんのがん、腫瘍マーカー、血糖、尿酸	5分
PET/CT検査(腹部検査)	がん全般	1回20分
診断MRI検査	脳出血、脳梗塞、脳腫瘍など	20分

特徴

- がん治療の医療連携医療機関
- 本プランで見合わせの月曜日午後10時～12時
- 結果票は郵送
- 中国人の対応
- 2022年11月

観光：検診後は美濃加茂市内の自然、下呂温泉でリフレッシュ

美濃加茂市内の観光オプション

下呂温泉

- 日本三名泉に数えられる下呂温泉で心も癒される時間を堪能
- 下呂アルカリ性単純温泉で湯治としての下記のような病気の治療や療養の効果
 - 運動機能障害
 - 神経症
 - 病後回復
 - 疲労回復

一部の地域では追加的に紹介動画やパンフレットを作成。



火山の麓で自然のパワーを感じ、大地と地元の食の元気をもたらって治療を成功させよう!

美濃加茂市がん検診センターと美濃加茂市自然環境センターの連携企画「がん検診＆観光」

1週間(7日間)の滞在プランで、がん検診と美濃加茂市の観光を合わせ、心身ともに健康を促進する。

1週間(7日間)の滞在プランで、がん検診と美濃加茂市の観光を合わせ、心身ともに健康を促進する。

下呂温泉 (90分)

- 日本三名泉に数えられる下呂温泉で心も癒される時間を堪能
- 下呂アルカリ性単純温泉で湯治としての下記のような病気の治療や療養の効果
 - 運動機能障害
 - 神経症
 - 病後回復
 - 疲労回復

日本庭園の散策、不動山青陸寺 (100分)

- 美濃加茂市にある日本庭園「不動山青陸寺」で散策する
- 美濃加茂市にある日本庭園「不動山青陸寺」で散策する

日本料理体験 (100分)

- 美濃加茂市にある日本料理店「美濃加茂」で日本料理体験する
- 美濃加茂市にある日本料理店「美濃加茂」で日本料理体験する

各地域でのモニター・事業者ヒアリングを通じて把握されたより強調すべき点の例 (次頁で医療広告規制について深掘り)

地域の医療資源に関する差別化要素

「病院の特徴・先生の強みの事前紹介があれば嬉しい。」(和歌山)
 「温泉を使っての健康増進運動を通じてどのような効果が得られるのか、中国で体験できること(プールでの運動)とどう違うか等を知りたい。」(那須塩原)

地域の医療資源の先端性

「(施設の先端性が売りであれば、) IMRT、320列のCT等の情報を入れるなど、病院の魅力の見せ方を工夫すべき。」(岐阜)
 「(東京唯一である)AI・シアター搭載MRIと他病院のMRIとの違いについて詳細を提示してほしい。」(東京)

広報物作成時には、特に医療コンテンツ部分の紹介において、医療広告規制に抵触しないよう十分な注意が必要。

2021年3月時点

医療広告ガイドラインから一部抜粋。

医療広告規制の概要

- **【定義】**下記要件をいずれも満たす場合は、医療広告規制対象となる。
 - － 患者の受診等を誘因する意図があること(誘引性)
 - － 医業若しくは歯科医業を提供する者の氏名若しくは名称又は病院若しくは診療所の名称が特定可能であること(特定性)
- **【対象となる媒体】**医療コンテンツが下記媒体にて含まれる場合は広報とみなされる¹。
 - － チラシ、パンフレットその他これらに類似する物によるもの
 - － ポスター、看板、ネオンサイン、アドバルーンその他これらに類似する物によるもの
 - － 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送、映写又は電光によるもの
 - － Eメール、インターネット上の広告
 - － 不特定多数の者への説明会、相談会等で使用するスライド、ビデオ又は口頭で行われる演述によるもの

- 詳細は医療法、医療広告ガイドライン等関係法令及び規定等を参照。
- 医療広告についての相談は医療機関を所管する自治体の担当部署へ連絡。

医療広告規制において禁止される広告

具体例；非網羅的

広告が可能とされていない事項の広告

- 専門外来
- 死亡率、術後生存率等
- 未承認医薬品による治療の内容

虚偽広告

- 「必ず元気になれる」「絶対安全な治療です！」「厚生労働省の認可した〇〇専門医」等の記載

比較優良広告

- 「県内一の医師数を誇ります」「本グループは全国に展開し、最高の医療を提供しております」等の記載

誇大広告

- 「知事の許可を取得した病院です！」等の記載や、手術や処置等の効果又は有効性を強調するもの

患者等の主観に基づく、治療内容・効果に関する体験談

- -

患者等を誤認させるおそれがある治療等の前後の写真等

- 術前又は術後(手術以外の処置等を含む。)の写真やイラストのみを示したもの

注1：網羅的ではない。なお、学術論文、学術発表等、新聞や雑誌での記事、患者等が自ら掲載する体験談、手記等、院内掲示、院内で配布するパンフレット等、医療機関の職員募集に関する広告は対象外。

Contents

A. 事業目的・全体像

B. 事業全体の活動成果

B1. 日本の戦略的な立ち位置の特定

— 医療要素を含む渡航市場の概観

— 診断・治療目的の渡航における日本の課題・リスク

B2. 国内連携体制の構築

B3. コンテンツ造成・新型コロナをふまえた実証の実施

B4. 海外連携体制の構築

C. 各地域の取組

D. おわりに:本年度事業の学び

【鹿児島県指宿市】事業概要

背景概要

- メディポリスに代表される国内有数の医療機関や、温暖な気候、食材といった豊かな資源を活用し、鹿児島県指宿市として「食と健幸のまちづくり」を推進しており、インバウンド需要も獲得したいと考えている。
- その一方で、医療機関と観光事業者が連携した取組ができておらず、コンテンツの対象・内容(特に観光部分)が具体化されていなかった。

実施体制

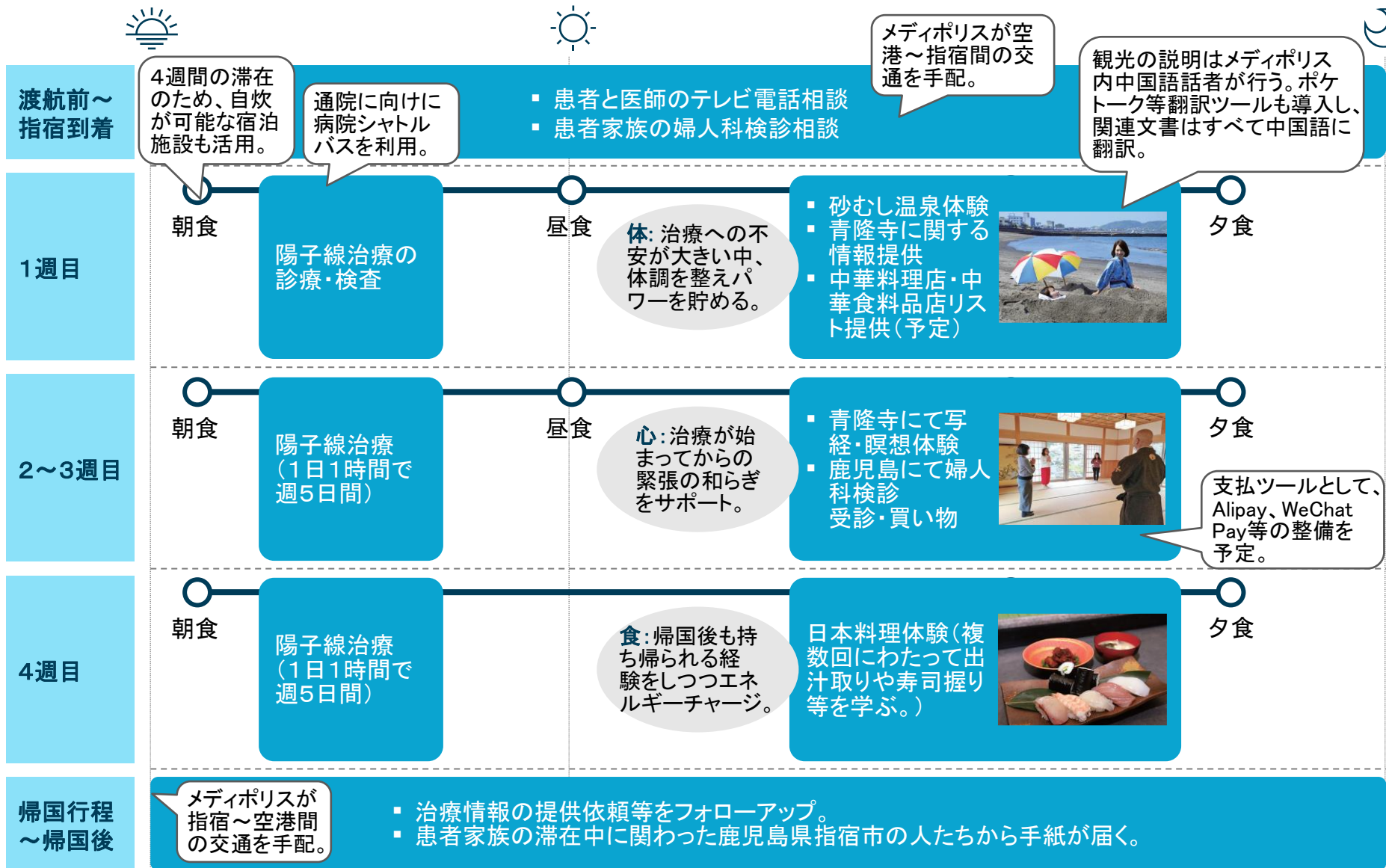
団体名	役割
いぶすき観光デザイン	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 全体統括、関係者間の連携・調整(事業主体) ▪ 観光コンテンツの統括
メディポリス国際陽子線治療センター	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 医療コンテンツの提供、医療観点からの知見共有
相良病院	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 医療コンテンツの提供
行楽ジャパン	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 観光観点からの知見共有 ▪ 海外連携の推進
指宿観光&体験の会	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 観光コンテンツの提供(現地コーディネート含む)
ホテルフリージア	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 宿泊の提供・対応

コンテンツ概要

対象	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 前立腺がんと診断された50代前後の中国のアップーミドル層以上(富裕層含む) ▪ 患者の家族(50代前後の配偶者、子供) 	滞在プラン	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 火山の麓で大地と地元の食からパワーをもらってがん治療をする4週間の滞在プラン — 医療: 前立腺がんの陽子線治療・付き添い家族向け婦人科検診(オプションル) — 観光: 体調や心情に合わせた体・心・食のオプションルツアー(砂むし温泉、青隆寺での瞑想、日本料理体験等)
医療資源	<ul style="list-style-type: none"> ▪ メディポリスでの陽子線治療 ▪ 相良病院での婦人科検診 		
観光資源	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 砂むし温泉 ▪ 青隆寺 ▪ 日本料理体験 		

【鹿児島県指宿市】火山の麓で大地と地元の食からパワーをもらう約4週間のがん治療滞在プラン

観光オプション
テーマ



【鹿児島県指宿市】本年度の事業成果

本年度の事業成果

📌 次頁以降で詳細を説明

国内連携体制



- 📌 継続的な事業運営を見据え、いぶすき観光デザインを事務局に置き、指宿観光&体験の会、メディポリス国際陽子線治療センター、行楽ジャパンを加えた事業の中心となる連携体制を組成。医療・観光間の役割分担や連携内容を合意。
 - 地域関係者(ホテルフリージア・相良病院・青隆寺等)を巻き込み、事業目的及び次年度以降の活動内容に対する理解・協力を獲得。
 - 観光コンテンツでの受入体制の整備として、支払いスキーム整理や体験中の言語対応計画を立案し、一部実証にて検証。

コンテンツ造成



- 📌 ターゲット層を前立腺がんと診断された50代前後の中国人アッパーミドル層以上とその同行家族と設定し、インタビューを基にペルソナを特定。
- 📌 地域関係者とのワークショップにおいて、「火山の麓で大地と地元の食からパワーをもらってがん治療」をテーマに設定し、既存の観光コンテンツの組合せではなく、ペルソナのニーズに合わせたコンテンツの造成・パッケージとしての作りこみを実施。
 - 訪問モニター実証・オンライン事業者実証を実施し、モニター2名・事業者2社と滞在プランに対して意見を交換。

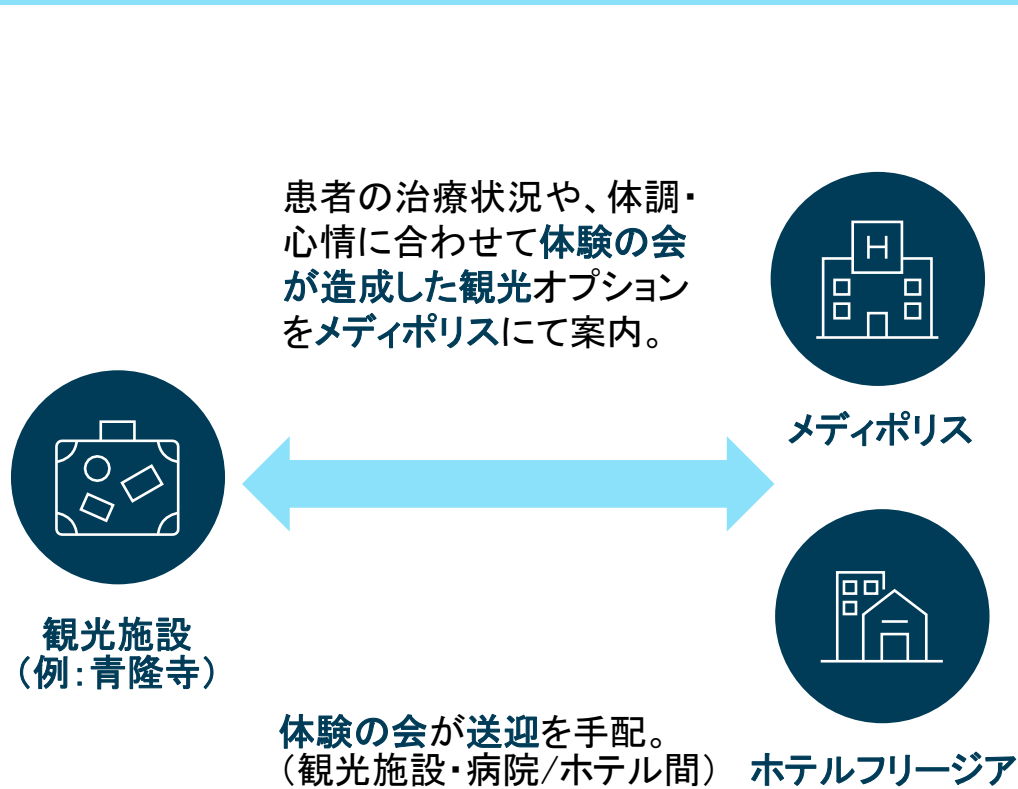
海外連携体制



- 行楽ジャパンとつながりのある国内中国インバウンド向け旅行代理店2社に滞在プランを紹介し、滞在プランの内容・価格について初期的な議論の上、連携構築を開始。
- 事業化を視野に入れ、行楽ジャパン・メディポリス国際陽子線治療センターそれぞれが持つ集患チャネルを生かして、並行して海外集患を実施することを合意。

【鹿児島県指宿市】事業を通じて全員揃った場で議論を続け、医療・観光間の連携体制を強化。滞在プラン上の具体的な連携内容まで合意。

滞在プラン上での具体的な連携内容(例);非包括的



地域関係者のコメント

ワークショップ等を通じて医療関係者の知見を共有していただき、より患者に沿った観光コンテンツを造成できた。



これまでは単発的に観光事業者が病院に来て観光紹介するだけであったが、事業を通じて医療・観光間の連携体制が明確となった。



【鹿児島県指宿市】インタビューや地域内議論を通じて、ペルソナとそのニーズを詳細に特定。

本年度事業でのターゲット層のイメージ

想定されるペルソナ



チェンさん

- 50代～
- 上海地域在住
- 男性
- 既婚、子供1人(20代程度)
- アッパーミドル以上の富裕層
- **前立腺がんとの診断。全身状態は良好で物理的な苦痛は少ないが、病状や渡航の不安が大きい。**
- 渡航にあたっては配偶者や子供が付き添い日常生活を支援。

ニーズ

自国にない高度な治療を費用対効果が高い形で受けたい。

病気や母国を離れる不安を取り除き、同行家族とゆっくり過ごしたい。

治療を最優先としながら、状態が安定した後は支障がない範囲で余暇を楽しみたい。

すぐ宿泊先に戻れるような範囲にて観光に参加したい。

インタビューでのコメント

基本的に家族と一緒に来日し、生活面をサポートしてもらったことが多かった。

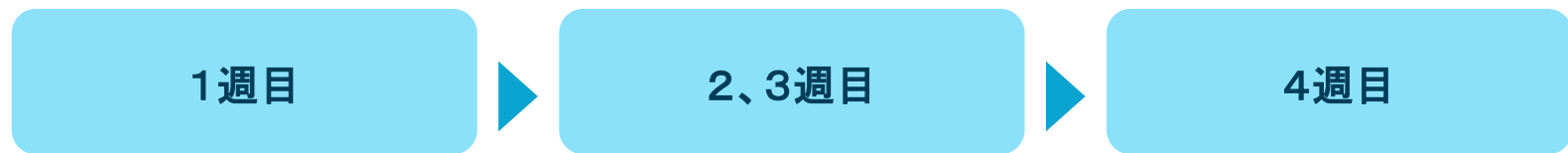
治療前は色々な心配ごとがあった。渡航して落ち着いても、病院に行くのは緊張し、疲れがたまる。

治療が第一優先であり、観光に行ったとしても近場ですぐ帰りたくなったときにすぐ帰ることができることが条件。

渡日し、他地域で前立腺がんを治療した70代中国人男性



【鹿児島県指宿市】ターゲット層の体調・心情に合わせて観光コンテンツを造成し、パッケージとして組み合わせ。



治療状況

陽子線治療に向けて診察・検査を実施。

陽子線治療を実施。
(1日1時間 週5日の病院滞在)

患者の心情



治療に向けて不安が大きい。



治療が始まり、痛みがないことに安心したが、まだ緊張している。



治療も終盤となり、前向きな気持ちを持っている。

観光テーマ

- 大自然に包まれながら身体をデトックス。
- 治療前に体調を整えパワーを貯める。

- 静かに流れる時の中で心をデトックス。
- 治療での緊張が和らぐようサポート。

- 美味しい食でエネルギーチャージ。
- 帰国後にも持ち帰られる経験を提供。

観光コンテンツ (例)



砂むし温泉



青隆寺での瞑想



日本料理体験

【鹿児島県指宿市】参考：在留中国人2名、国内代理店2社を対象に実証。

実証概要

モニター

- 実施日時：3/2
- 手法：
 - － 観光コンテンツ(日本料理体験)の実施
 - － 滞在プランをまとめたプレゼンテーションを基にしたインタビュー
- 参加者：中国籍30代女性2名(親が想定患者の年代、アッパーミドル層)

事業者

- 実施日時：3/4
- 手法：滞在プランをまとめたプレゼンテーションを基にしたオンラインインタビュー
- 参加者：中国からのインバウンドや診断・治療を目的とした渡航に知見のある国内代理店 2社

実証でのフィードバック内容

コメント

滞在プラン 全体・価格

「プラン料金が全体的にリーズナブルな価格で、(東京等他地域と)差別化できる。」
「観光料金に何が含まれているか分かりづらい。」

医療

「受入キャパシティが多く、治療までの待ち時間が短いため、病状が重い患者を待たせずに対応できて、心強い。」
「外国人向けの治療を受け入れる方法等について、もっと周知するように宣伝してほしい。」

観光

「もっとオプションがあると良い。ゴルフ等のペルソナに人気のコンテンツや、日本でしかできない体験(すめ体験・九州の温泉地への短期訪問)があれば魅力だと感じる。」

「50歳代は生ものが苦手な人もいるため、生ではない寿司ネタが必要。」

ツール

「患者1人・付き添い家族1人で来日することが多いため、催行人数の少なさも踏まえて交通手段・通訳の手配が必要。」
「体験だと楽しくやりたいのでポケットク等よりも通訳付きが良いと思う。」

その他

「付き添い家族の緊急時の対応ができるか気になる。」
「今すぐ相談したい患者がいるため、今後コンタクトしたいが誰に相談すれば良いか。」

鍵となるポイント

- 滞在プランとして差別化できる要素が伝わりやすい形で紹介できるよう、工夫が必要(例：受入キャパシティを資料にて具体的に説明)。
- ペルソナのニーズや日本ならではの体験に鑑みつつ観光オプションを追加で作りこみ、滞在プランの一部として紹介できるよう検討が必要。
- 受入体制・事業スキームの精緻化が必要(例：付き添い家族の緊急時対応、病院以外から集患された患者に対して手数料をどう設定するか。)

【栃木県那須塩原市】事業概要

背景概要

- 過去に温泉や国立公園内の自然を活用した国内患者向け健康増進プログラムに取り組んだが、インバウンドへの対応は未検討。
- 温泉と自然の活用により、台湾・中国からの安定的な渡航者の確保や健康改善を目指している。

実施体制

団体名

役割

那須塩原市

- 全体統括、関係者間の連携・調整(事業主体)

塩原温泉病院

- 医療コンテンツの提供、医療観点からの知見共有

那須塩原市観光局

- 観光コンテンツの統括(現地コーディネート含む)
- 海外連携の推進

塩原温泉観光協会

- 観光観点からの知見共有、観光コンテンツの現地コーディネート

塩原温泉旅館協同組合

- 宿泊や食事の提供・対応

コンテンツ概要

対象

- メタボリックシンドローム・高血圧・高脂血症等の生活習慣病を抱える40代後半～の台湾・中国のアップーミドル層～

医療資源

- 塩原温泉病院における温泉療法
- 健康増進(メタボ対策)

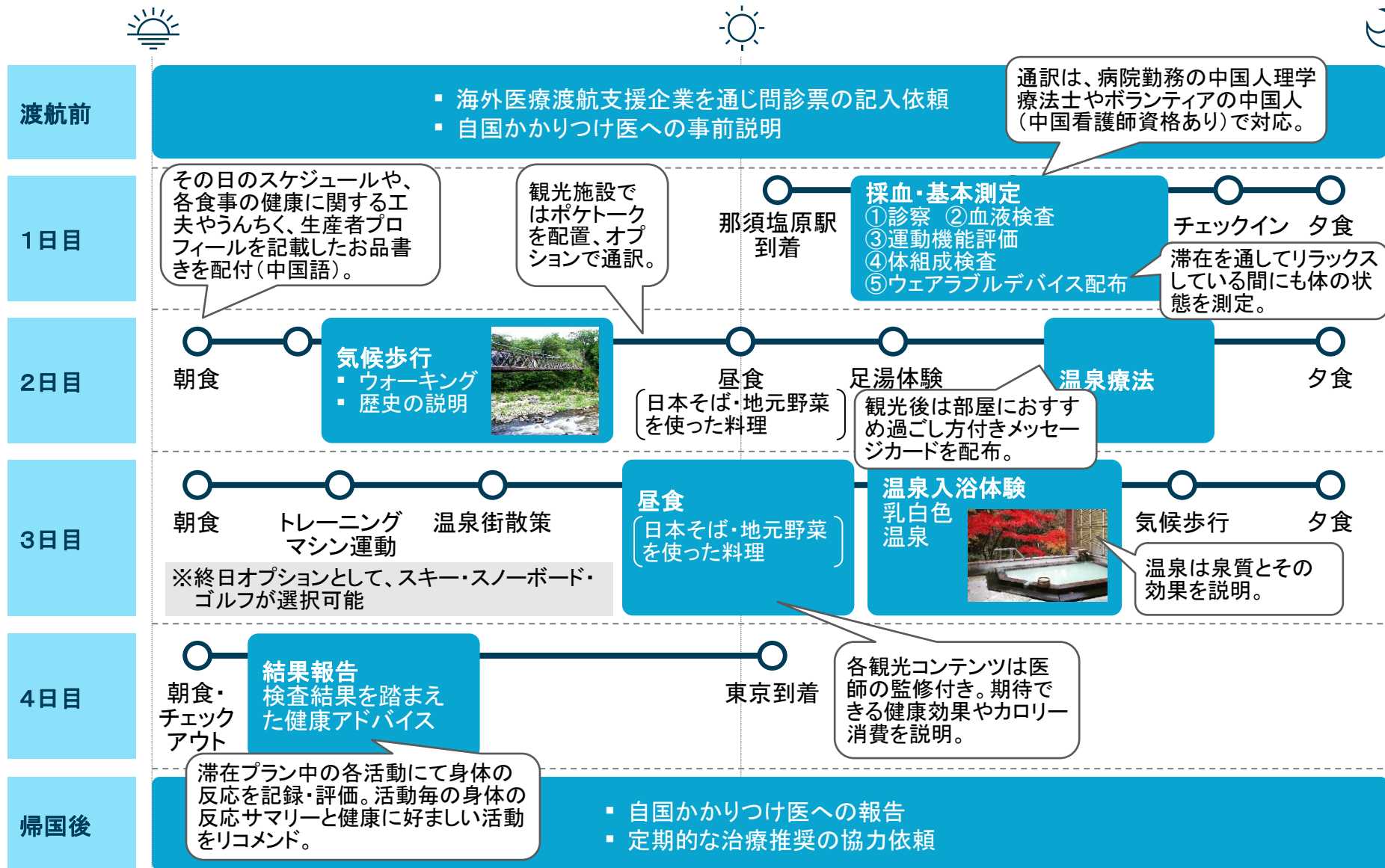
観光資源

- 塩原温泉郷
- 標高差のある塩原溪谷での気候歩行
- スノーシュー・トレッキング・ハイキング等のアクティビティ体験

滞在プラン

- 日本の山岳リゾート・那須塩原でリラックスしながら健康改善を目指す4日間
 - － 医療:ヘルスチェック、温泉療法、健康アドバイス
 - － 観光: 気候歩行、スノーシュー、塩原温泉郷散策
 - － その他:
 - 健康に配慮した食事
 - 小規模・ハイグレードな旅館に3連泊

【栃木県那須塩原市】日本の山岳温泉リゾートでリラックスしながら健康改善を目指す 3泊4日の滞在プラン



【栃木県那須塩原市】本年度の事業成果

📌 次頁以降で詳細を説明

本年度の事業成果

国内連携体制



- 継続的な事業運営を見据え、**栃木県那須塩原市を事務局**に置き、那須塩原市観光局や塩原温泉病院を加えた事業の中心となる連携体制を強化。
- **地域関係者(塩原温泉観光協会・塩原温泉旅館協同組合等)**を巻き込み、滞在プラン実施に向け、**事業運用体系での詳細な役割分担**を決定(例:誰が現地で渡航者受入れをするか等)。
- 受入体制構築に向け、**言語・支払いツールの整備計画**を合意。

コンテンツ造成



- 📌 ターゲット層を**生活習慣病を持つ40代後半～の台湾・中国の富裕層**と設定し、インタビューを基に**ペルソナ**を特定。
- 📌 地域関係者とのワークショップにおいて、「**日本の山岳温泉リゾートにて、リラックスしながら健康増進**」をテーマに設定し、ペルソナのニーズに合わせて滞在プランの**コンテンツ・パッケージ全体**を策定。
- オンライン実証を実施し、**想定渡航者2名・代理店2社と滞在プラン**に対して意見を交換。

海外連携体制



- 支援事業者紹介の**国内中国インバウンド向け旅行代理店2社**に**滞在プラン**を紹介し、滞在プランの内容や価格等について初期的な議論を開始。
- 📌 事業化を見据え、**海外連携の地域窓口**を那須塩原市観光局と特定。次年度以降の活動に必要な知見を補完するため、一部業務を外部委託ができるよう、**那須塩原市観光局で予算化**を検討。

【栃木県那須塩原市】3タイプ存在したターゲット層から優先すべき層を生活習慣病患者と選定し、具体的なペルソナまで絞り込み。

3タイプのターゲット層



1タイプのターゲット層

タイプごとに優先順位づけ

- 市場規模
- 集患難易度
- 現状の地域体制



インタビュー・ワークショップで深掘り

ペルソナ
ワンさん(仮)



- アッパーミドル層～の45～65歳中国人
- 生活習慣病を抱えており、医師から具体的な生活アドバイスを期待。
- ストレスを感じず、日本のおもてなしを体感しながらのリラックスを希望。

【栃木県那須塩原市】ターゲット層に鑑みテーマを設定し、滞在プランのコンテンツを具体化。モニター向けオンライン実証でも前向きなフィードバックを獲得。

テーマ: 日本の山岳温泉リゾートにて、リラックスしながら健康増進

医療

- ウェラブルデバイスを初日に配布し、滞在を通してリラックスしている間にも体の状態を測定。
- 初日の検査や滞在中の体の状態を基に、生活改善アドバイスを実施。



観光

- 気候歩行等の自然の中で体を動かす体験を提供し、カロリー消費量といった体への効果を明示。
- 温泉入浴の際にも効能を説明。



食事・宿泊

- 医療機関と考案した健康に良い食事を提供(例: 高原野菜)。
- 部屋におすすめ過ごし方付きメッセージカードを配布し、日本のおもてなしを演出。



その他

- 不安なく移動できるよう那須塩原では貸切タクシーを使用。
- ストレスを感じずに滞在できるよう、都内からの送迎・観光時の通訳オプションも用意。



滞在プランでの工夫

モニター実証のコメント

「日本の医療の強みは丁寧な説明・サービスだと感じる。生活改善アドバイスは魅力的。」

「(自然体験をしつつリラックスしながら健康増進を目指すという)テーマが目新しく魅力的。」

「テーマを踏まえると旬の食材・地元の野菜を使った、健康に気を使った食事が好ましい。」

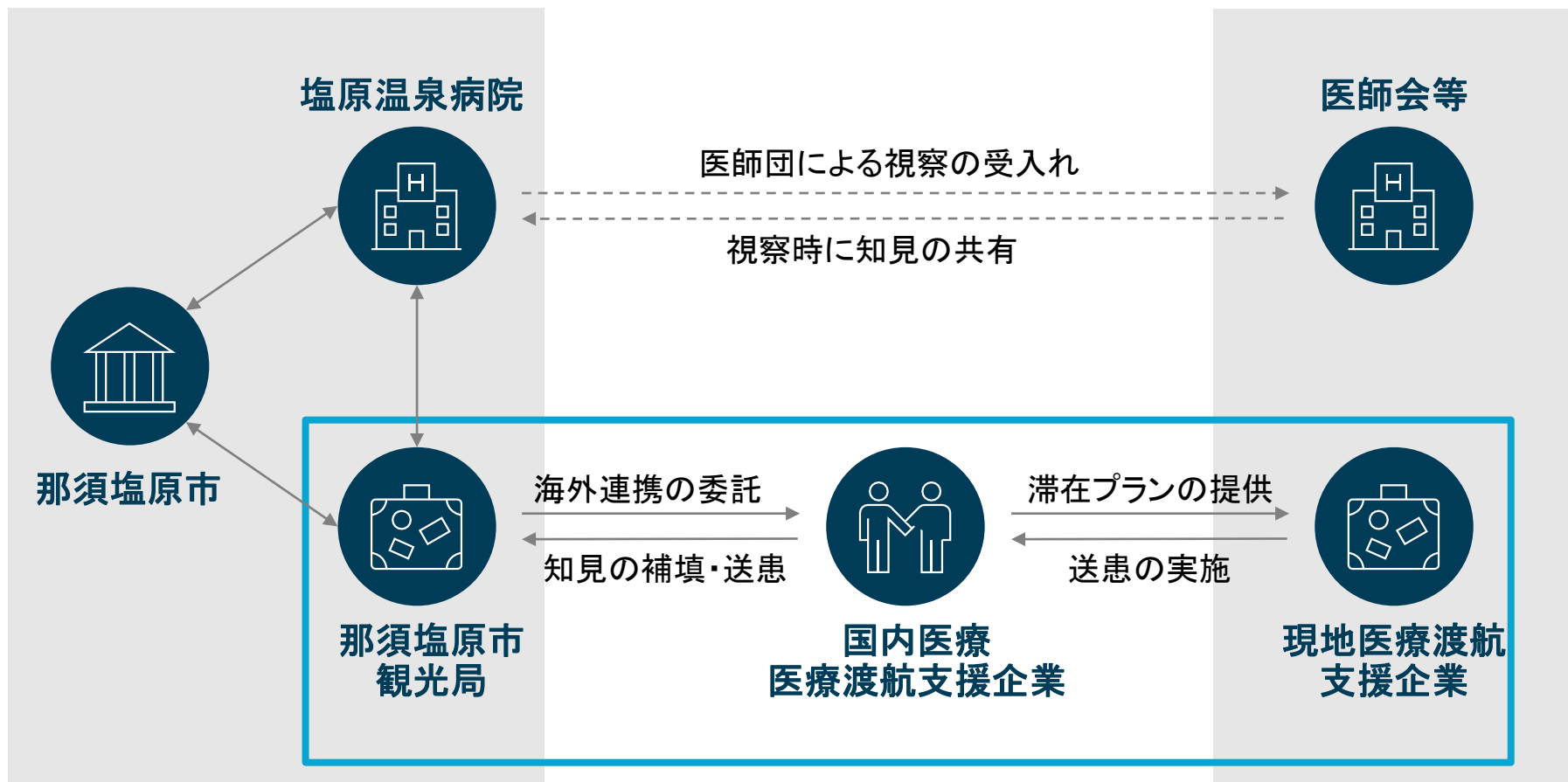
「世代的に移動・言語に不安がある。貸切タクシーや観光時の通訳随行があれば安心。」

【栃木県那須塩原市】事業化を見据え、海外連携の地域窓口を観光局に置き、次年度以降も継続できるよう、事業運用体系を整理。

□ 本年度で明確化した事業運用体系上の流れ

栃木県那須塩原市

中国・台湾



- 本年度は支援事業者がサポート。
- 次年度以降は観光局から外部委託できるよう、予算化に向けて検討中。

【栃木県那須塩原市】参考：在留中国人2名、国内代理店2社を対象に実証。

実証概要

モニター

- 実施日時：2/25
- 手法：滞在プランをまとめたプレゼンテーションを基にしたオンラインインタビュー
- 参加者：日本在住中国人 アッパーミドル層～40代 女性2名

事業者

- 実施日時：2/19
- 手法：滞在プランをまとめたプレゼンテーションを基にしたオンラインインタビュー
- 参加者：中国からのインバウンド、診断・治療を目的とした渡航に知見のある国内代理店 2社

実証でのフィードバック内容

コメント

滞在プラン 全体・価格

「なぜ那須塩原に来るべきかの『売り』が分かりやすいと良い。」
 「個人より企業に売ったほうが良いのでは。」
 「価格は妥当に見えるものの、高額なツアーであればあるほど内訳を示して納得させたほうが良いのではないか。」

医療

「検査・健康アドバイスにて丁寧な説明があれば、母国との差が見えやすく、魅力を感じやすい。」
 「温泉を使つての健康増進運動にどのような効果が出るのか、中国で体験できること（プールでの運動）とどう違うか等を知りたい。」
 「（初日と最終日で）2回検査しても結果が変わらなければ満足感が出ない。最終日はアドバイスのみにしたほうが良いか。」

観光

「ウォーキングが苦手な人等向けに、観光オプションにも選択肢が多いほうが良い。」
 「日程ごとにきちんとプログラムが組まれているが、フリーな時間もあったほうが良いか。」

ツール

「文化・歴史は言葉が理解できないと楽しめない。機械に不慣れな人もいるので通訳がほしい。」
 「（中国からの渡航者にとって、）海外で電車に乗るのは不安。空港から送迎があれば安心。」

その他

「安心・安全・清潔な滞在プランであることを紹介時に追記したほうが良い。」

鍵となるポイント

- ユニークな温泉療法とその効果や、温泉の効能、医療機関による食事の監修など、テーマに基づく滞在プランの工夫を強調し、紹介時に他プランと差別化を検討すべき。
- （企業向け大人数プランを実施すべきか需要を精査した上で、）必要に応じて催行最大人数を増やせるよう受入キャパシティを拡大すべきか検討しても良い。
- 検査を初日だけ実施し、最終日は健康アドバイスにフォーカスし、より丁寧に実施する。
- 観光コンテンツにもバリエーションを出せるように、文化体験・高原野菜収穫等のオプションを追加するか検討が必要である。

【和歌山県全域】事業概要

背景概要

- アジア等の諸外国における高齢化及びアッパーミドル層人口の増加による健康ニーズの高まりを背景に、和歌山県の医療と世界遺産、自然、温泉、食等の和歌山県の誇る観光資源を組み合わせ提供することにより、新たな魅力づくりに繋げ、訪日外国人の誘客促進を図る。

実施体制

事業主体：医療観光協議会

構成団体

役割

和歌山県

- 全体総括、関係者間の連携・調整(協議会事務局)

健診センター・カタデ

- 人間ドックの提供

白浜はまゆう病院

- 医療観点からの知見共有

中紀バス

- 旅行商品の造成・各種手配等の調整

ユタカ交通

- 海外連携の推進

和歌山外国語専門学校

- 医療通訳者等の養成・支援

コンテンツ概要

対象

- 40代後半の中国のアッパーミドル層
- 健康維持に関心あり。
- 頻繁に日本を訪問。

医療資源

- 健診センター・カタデのプレミアム人間ドック
- 白浜はまゆう病院のリゾート型人間ドック

観光資源

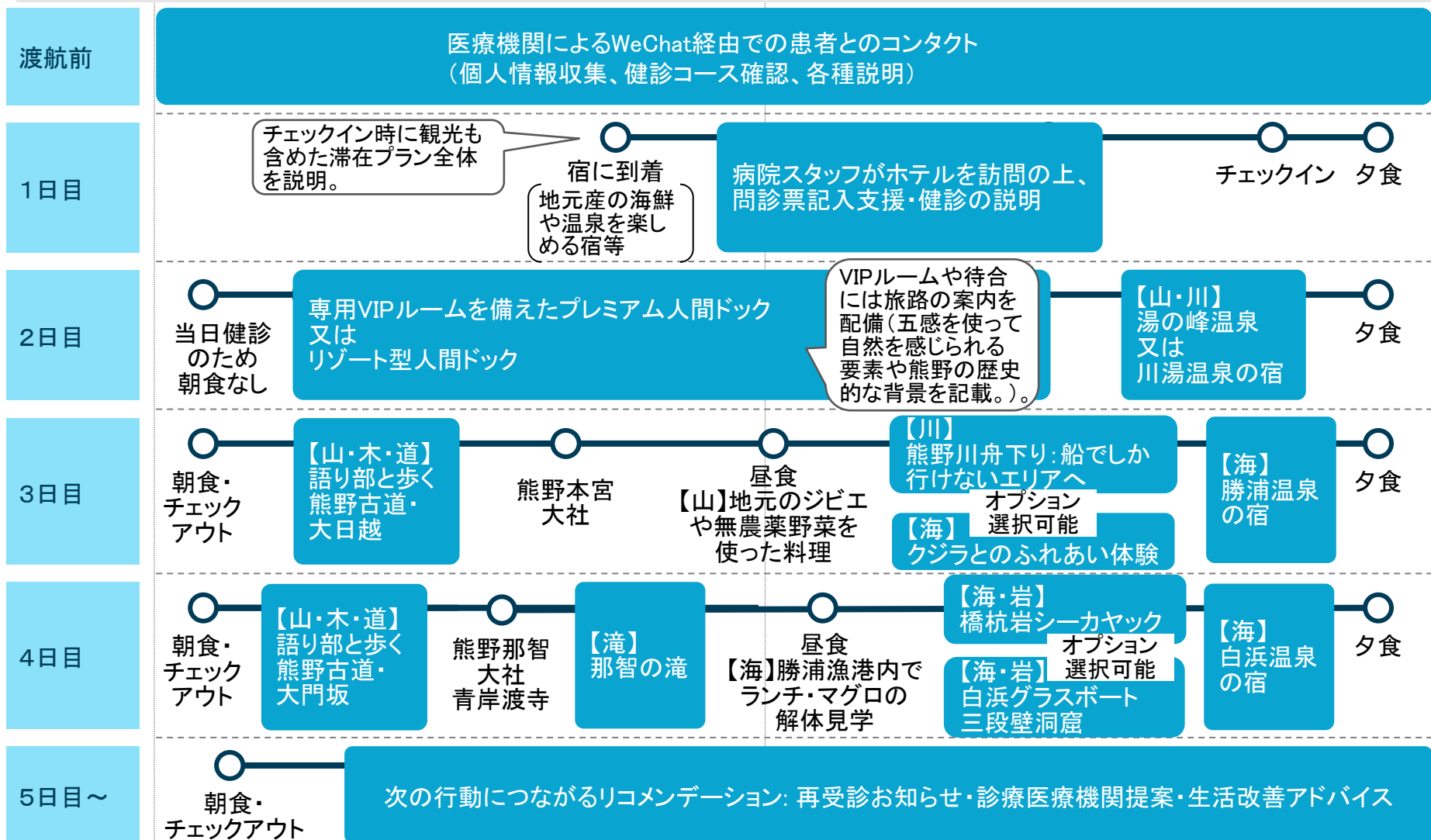
- 高野・熊野に代表される世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」
- 関西屈指のリゾート地である白浜
- 白浜・勝浦・湯の峰・川湯等の温泉

滞在プラン

- 人間ドックを受診後、7種類の自然を五感で体験する5日間
 - 医療:人間ドック
 - 観光:
 - 7種類の自然(海・山・川・滝・岩・木・道)をめぐる体験、和歌山の歴史・文化体験
例：語り部との熊野古道散策
クジラとのふれあい体験
 - 種類豊富な温泉
 - 地元の新鮮な食材を使った料理

【和歌山県全域】7種類の自然(海・山・川・滝・岩・木・道)を五感で体験する4泊5日の滞在プラン

- 全行程に通訳者を手配。特に熊野古道では語り部がそれぞれの場所の自然・歴史・文化について説明を行う。
- 3日目以降の観光コンテンツは、参加者の嗜好に合わせて選べるようオプションプランも用意。



【和歌山県全域】本年度の事業成果

📌 次頁以降で詳細を説明

本年度の事業成果

国内連携体制



- 持続的な事業運営を見据えて事業の方向性を明確化し、事務局である和歌山県庁を中心とし、医療・観光の地域関係者間の連携体制を強化。
- 📌 滞在プラン上の具体的な医療・観光間の連携を含む、**地域内の役割分担を連携体制内で明確化し、事業スキーム案も作成。**
- ツールや感染症予防対策含む地域の**受入体制を確認**。実証を通じてツール等の**今後の改善点を洗い出し、改善策を検討**。

コンテンツ造成



- 📌 支援事業者によるニーズ調査を基にターゲット層を**健康維持に関心を持ち、頻りに日本を訪問しているような40代後半の中国のアップパーミドル層以上と詳細に設定し、ペルソナを特定**。
- 地域関係者によるワークショップにおいて、「**7種類の自然を五感で体験**」をテーマに設定し、**ペルソナのニーズに合わせたコンテンツの造成・パッケージとしての作りこみを実施**。
- オンライン実証を実施し、**想定ターゲット層2名・国内代理店2社と滞在プランに対して意見を交換**。

海外連携体制



- **地域の観光事業者とつながりのある中国インバウンド向け国内旅行代理店2社に滞在プランを紹介し、滞在プランの内容や価格等について初期的な議論を開始**。
- 📌 事業化を視野に入れ、**医療・観光を組み合わせた本滞在プランでは観光事業者が海外連携を主導し、地域としての集患チャネルを拡大**。

【和歌山県全域】医療・観光間の連携体制をシームレスにし、パッケージとして一体化された滞在プランを造成。

滞在プラン上での
連携

事業開始時

滞在プランにおける医療機関・観光事業者間の具体的な連携内容が定まっておらず、パッケージとして医療・観光のつながりが見えづらい。



現在

- パッケージの一体感や渡航者の満足度への鍵となる**医療機関・観光事業者間の具体的な連携内容を合意。**

＜以下例＞
医療機関にて滞在プランにまつわる**自然体験等の案内を置き、翌日からの観光コンテンツへの期待感を高める。**



事業運営における
連携体制

協議会は存在するものの、事業の方向性やそれぞれの役割分担が明確に定義されておらず、**誰がどう事業推進するか曖昧。**

- 関係者が揃って議論する場や医療機関・観光事業者との個別協議の機会を設け、**事業の方向性や役割分担(事業スキーム)を明確化。**
- 地域内での自律的な事業運営に向け、**ノウハウ・知見を共有。**

【和歌山県全域】ターゲット層を詳細に特定し、滞在プランを造成する際に活用。

これまでのターゲット像



- 中国人
- 富裕層
(その他深掘りなし。)

本年度事業でのターゲット像

想定されるペルソナ



チョウさん

- 中国人
- 40代後半
- 中流～富裕層
- 日本を刺激的だと感じ、頻繁に日本を訪問。
- 健康に関心はあるが、大きな問題は抱えていない。

ニーズ

「行きたい場所はたくさんあるが、全ての場所に行くには時間が足りない。」

「大都市には訪れたことがあるため、他の地域に行き、文化に浸りつつ様々な体験をし、新たな発見をしたい。」

「健診中も日本の価値観に触れたい(おもてなし等)。」

ターゲット像に基づく滞在プランの工夫(例)

- テーマを「7種類の自然を五感で体験」と設定し、和歌山の自然を満喫できるコンテンツを数多く体験できるように、体験重視の観光コンテンツを効率よく組み合わせ。
- 自然体験をしつつ、歴史・文化も一緒に学べるようなコンテンツを組み込み(例: 語り部から歴史・文化を学びながら熊野古道を歩く。)

プレミアム健診コースを提供し、効率よく時間を使いながら日本のおもてなしが感じられるサービスを提供。

- ホテルでリラックスしながら問診票記入等の事前準備をし、当日の所要時間を削減。
- 検査間の待ち時間を削減。
- 血液・画像検査等当日中にほとんどの検査結果を提供。
- 1組限定のVIPルームでゆったり過ごす。

【和歌山県全域】事業化を見据え、医療・観光を組み合わせた滞在プランでは観光事業者が海外連携を主導し、地域としての集患チャネルを拡大。



医療機関:
健診センター・キタデ
白浜はまゆう病院

事業開始時

- 健診のみを売り込み、集患を既に実施。
- 観光コンテンツは取扱いなし。



ターゲット層



観光事業者:
中紀バス
ユタカ交通

健診目的で和歌山を訪れる渡航者に対して観光コンテンツをパッケージとして売り込めていない。



現在

- 健診のみの売り込みを継続。
- 病院として観光コンテンツを取り扱わないものの、滞在プランを紹介し、観光観点も利用してターゲット層に訴求。



ターゲット層



- ペルソナのニーズに合わせて医療・観光をパッケージ化した滞在プランを、医療渡航支援企業を經由して売り込み(予定)。
- うち2社と本年度に初期的議論を開始。

【和歌山県全域】参考：在留中国人2名、国内代理店2社を対象に実証。

実証概要

モニター

- 実施日時：2/22
- 手法：滞在プランをまとめたプレゼンテーションを基にしたオンラインインタビュー
- 参加者：日本在住中国人富裕層（経営者）2名
 - － 30代女性
 - － 60代男性

事業者

- 実施日時：3/2
- 手法：滞在プランをまとめたプレゼンテーションを基にしたオンラインインタビュー
- 参加者：中国からのインバウンドや診断・治療を目的とした渡航に知見のある国内代理店 2社

実証でのフィードバック内容

コメント

滞在プラン 全体・価格

「現在のプランに対して（価格設定は）適正。」
 「人間ドックの検査費用がいくらか気になる。」
 「基本プランに加え、滞在期間を短縮したリーズナブルなプランや、サービス内容を充実させたラグジュアリーなプランを用意しても良いのでは。」

医療

「なぜ当該病院に行くべきか詳しく知りたい。病院の特徴・医師の得意分野の事前紹介があれば嬉しい。」

観光

「本プランは和歌山に初めて来る人向け。ターゲット層への訴求効果を高めるなら、客が自身の興味や体調に合わせて自由に行程を選べると望ましい。」
 「自然体験が多く疲れてしまいそうなので、屋内プログラムも選べると好ましい。」

宿泊

「（ペルソナ・価格設定に鑑み、）なるべくハイクラスのホテルが良い。」

ツール

「WeChat等でのフォローアップやAlipay等での支払いは、主要な受入施設でも導入すべき。」

その他

「アフターコロナを見据え、安心・安全に配慮したプランであることを紹介することが有効。」
 「SNSでの口コミ拡散等を狙うのであれば、紹介資料は簡潔に収めたほうが良い（例：A4 1枚）。」

鍵となるポイント

- 価格に納得していただくために、価格のうち人間ドックの検査費用がいくらか提示できるようにした方が良い。
- 観光オプションを追加し、個々のニーズに対応できる柔軟性を高める必要あり。
- 医療機関にて中国でメジャーなコミュニケーション・支払いツールを導入できると利便性が向上する。
- 高級感のある宿泊施設を用意した方が良い。
- プラン紹介時に以下の工夫の余地がある：
 - － 他医療機関との差別化要素（例：フォローアップ体制）を強調。
 - － 安全・安心をキーワードに設定し紹介。
 - － SNS等の媒体を意識した紹介資料を作成。

【長野県松本市】事業概要

背景概要

- 昨年度事業においては、陽子線治療患者に対して健康診断と自然・文化観光コンテンツを組み合わせたプランを造成。
- 本年度事業では他プランとは差別化されたプラン造成を目標に、これまで対象として注力してきた中国ではなく東南アジアをターゲットとし、スポーツ医療とスポーツトレーニングを合わせた合宿型プランを造成。

実施体制

団体名

役割

社会医療法人財団慈泉会

- 全体統括、関係者間の連携・調整(事業主体)
- 滞在プラン造成
- 医療コンテンツの提供、医療観点からの知見共有

松本コンベンション協会

乗鞍観光協会

- 観光コンテンツの提供、観光観点からの知見共有

長野県観光機構

- 観光観点からの知見共有

バイクランチ(地元スポーツ店)

- スポーツ観点からの全体アドバイス

コンテンツ概要

対象

- タイをはじめとした、東南アジアの現地セミプロスポーツチーム又は選手及びそのメディカルスタッフ

医療資源

- 相澤病院(相澤健康スポーツ医科学センター: JAMS)のメディカルコンディショニング
- スピードスケート日本代表チームをはじめ、地域のプロ・アマ等チームのサポートの実績あり

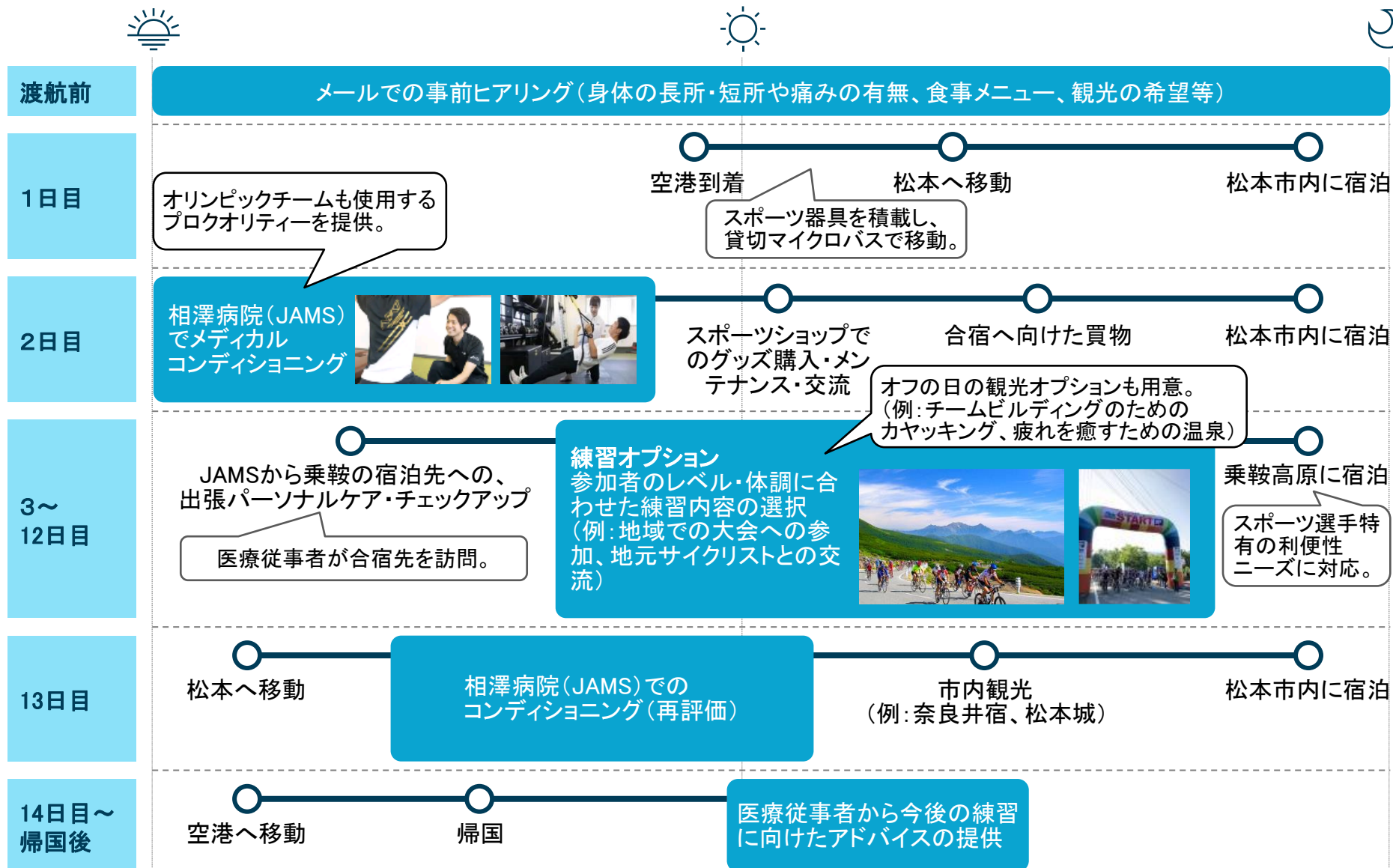
観光資源

- 高地トレーニングを含む各種スポーツ施設及び周辺宿泊施設
- 合宿オフ日に訪れる県内の自然・文化観光資源

滞在プラン

- 母国では体験できない経験を通じて成長を実感できるサイクリスト向けの2週間の合宿プラン
 - **医療**: 事前カウンセリング、滞在最初・最後のメディカルチェック、訪問型コンディショニング
 - **トレーニング**: 長野の美しい自然・高い標高を利用したサイクリングコース、地元サイクリストとの交流
 - **観光**: オフの日に体験できる観光オプション(チームビルディング、リラククス等がテーマ。)

【長野県松本市】自然資源と相澤病院によるスポーツ医科学サポートを通じた「自国ではできない経験」を通して「成長を実感」するサイクリスト向けの2週間の滞在プラン



【長野県松本市】本年度の事業成果

本年度の事業成果

❗ 次頁以降で詳細を説明

国内連携体制



- 相澤病院を中心とした、松本コンベンション協会等の地域関係者による連携体制の初期的な構築。
- 練習コンテンツを担当する乗鞍観光協会や滞在先のホテル・ブエナビスタ、乗鞍ノーススター、松本ホテル花月との本事業に対する共通理解の形成。

コンテンツ造成



- ❗ 地域のインフラ・自然資源・競技人口を軸に対象スポーツを優先順位付け、県としても関係構築に注力しているタイを主な対象国とし、タイ人セミプロスポーツ選手というターゲットを特定。
- ❗ ワークショップやインタビューを基に、他の診断・治療を目的とした渡航とは対象(中国人以外)・内容(健診以外)で差別化を図り、乗鞍高原の大自然の中での練習とともにプロ仕様のスポーツ医科学サポートを体験できる合宿型滞在プランを策定。
- ❗ 在留タイ人サイクリスト2名へのオンライン実証を実施、滞在プランの内容・想定価格への意見を交換。実証結果を基に言語サポート、練習コンテンツにおける改善点を滞在プランに反映。









海外連携



- スポーツ合宿は主に現地スポーツ団体より直接予約等が入る傾向にあるため、医療渡航支援企業との連携は実施なし。
- 今後の広報に向け、モニター実証を通じて一部強調すべき事項について示唆を取得(例:紹介資料における、参加者のレベルに応じたモデルコースの提示・掲載)。

【長野県松本市】地域資源と事業性を基に、長野県として優先して検討するスポーツ4種目を合意。そのうち、本年度事業では自転車競技を対象としたプランを造成。

優先する競技 魅力度 ← 低 → 高

		自然	事業性 (東南アジアでの競技人口)
陸上競技		短距離・長距離の複数のランニングコース	標高差のある複数エリアで高地トレーニング可能。
自転車競技		整備された長距離サイクリングルート	標高差のある複数エリアで高地トレーニング可能。
スキー		複数の広大なスキー場	良質かつ豊富なパウダースノーを生かしたトレーニング
スノーボード		全面走行可能なゲレンデ	良質かつ豊富なパウダースノーを生かしたトレーニング
卓球		アマチュア向けの体育館	室内スポーツのため、地形・気候・季節性の影響なし。
バスケットボール		アマチュア向けの体育館	室内スポーツのため、地形・気候・季節性の影響なし。
バドミントン		アマチュア向けの体育館	室内スポーツのため、地形・気候・季節性の影響なし。
バレーボール		アマチュア向けの体育館	室内スポーツのため、地形・気候・季節性の影響なし。

注1: インドネシア、タイ、シンガポール、ベトナム、フィリピン、マレーシアを対象とする。

出典: 地域ヒアリング、文献調査、Union Cycliste Internationale

【長野県松本市】対象スポーツ選手へのインタビューを通じてスポーツ選手特有のニーズを洗い出し、滞在プランの造成に活用。

インタビュー概要

- スポーツ選手特有のニーズを深掘り、滞在プランへの意見をヒアリングするために、計5回のインタビューを実施。
- 対象：
 - － タイ人サイクリスト（プロ1名、アマチュア2名）
 - － タイ人スノーボードコーチ（セミプロ1名）
 - － 日本人サイクリスト（セミプロ1名）



滞在プラン造成・最終化に向けた示唆

選手視点のインサイト

全体



- 期待しているのは練習施設、練習相手、大会等の母国ではできない体験を通じての成長である。
- 長野県松本市の自然を活用した練習コンテンツが特に魅力的だと認識された。
- 個人参加者向けの低価格オプションがあるとターゲット層が広がる可能性がある。

医療・トレーニング



- メディカルコンディショニングについて、まだその価値を「実感」はできていないものの、潜在的ニーズは存在する可能性がある。
- 手厚いプロ仕様のサポートへの憧れがある。
- アスリートレベルごとに頻度・内容を変えたプランを提供できると良い。

観光



- オフは次のトレーニングを充実させるためにあり、リラックスや癒しが大切である。
- オフに出かける際は海外で不安なのでチームで行動する。
- 観光コンテンツはオプションとして参加者が選択できるように設計する。

インタビューでのコメント(例)

「自国に無い施設や現地選手との練習を通じて成長したい。」
 「乗鞍高原の自然の中や標高の高い場所でのトレーニングはタイにないので魅力的である。」

「スポーツコンディショニングを少しだけ体験したい初心者のためのプランがあると良い。」

「参加者のニーズに合わせたオプションを組み合わせたモデルコースとして提示されると選びやすい。」

【長野県松本市】ターゲット層へのヒアリングから得られた示唆に基づき、様々なスポーツでの汎用が可能な合宿型滞在プランの型を策定。

合宿の型

概要

期待感の醸成

滞在前には医療・トレーニング・観光のヒアリングと併せて滞在プランを紹介し、参加への意志を強化。

成長前の現状理解

メディカルコンディショニングや医療検査を通して、現状の自身のコンディションを理解。適切なトレーニングメニューを作成。

慣れ・絆

トレーニングのオフ日にはチームビルディングができるような観光オプションを提示。

練習強度アップ 技術向上

合宿施設での練習や医療従事者の合宿先訪問による進捗・身体状況の出張チェックアップを実施。

実践型イベント

長野県松本市での大会への参加や地元チーム・アスリートとの試合や練習が可能。

成長の実感

再度のメディカルコンディショニングによる成長の評価を実施。

更なる成長へのスタート

医療従事者による帰国後の継続的なパフォーマンス向上に向けた長期的アドバイスを共有。

コンテンツ例

① メディカルコンディショニング

オリンピックチームも利用する相澤病院(JAMS)のメディカルコンディショニングでだけが予防・パフォーマンス向上を目指す。



② 地元サイクリストとの練習

地元チーム・サイクリストと、長野の自然や標高の高さを利用したコースでの練習・意見交換を実施。



③ 地元のサイクリングレースへの参加

レースに合わせて渡航し当日のパフォーマンス最大化に向けてコンディショニング・練習を実施。



【長野県松本市】参考：在日タイ人サイクリスト2名へのオンラインでの実証を実施。

実証概要

モニター

- 実施日時：2/18
- 手法：滞在プランをまとめたプレゼンテーションを基にしたオンラインでのインタビュー
- 参加者：関東在住タイ人サイクリスト2名(20代)

実証でのフィードバック内容

コメント

滞在プラン 全体・価格

「プラン内容を踏まえると価格は高い。個人で行く選択肢もあるので、もう少し短い期間で安い方が良いのではないか。」

練習

「乗鞍高原の自然の中や標高の高い場所でのトレーニングはタイにないので魅力的に感じる。」
「コーチの有無が知りたい。」
「自転車について詳しい地元の方とサイクリングをしてテクニカルな部分を学べるのが良い。」

医療

「スポーツコンディショニングを少しだけ体験したい初心者のためのパッケージがあると良い。」
「滞在途中にコンディショニングを入れたらトレーニング中の課題に対応できて良いのでは。」

観光

「オプションを組み合わせたモデルコースとして提示してあると選びやすい。」
「タイ人は食べるのが好きなので、長野県松本市で有名な食べ物等を知りたい。」

ツール

「相澤病院内だけでなく滞在先まで出向くスタッフもサイクリングの知識があり英語対応が可能であると良い。」

鍵となるポイント

- メディカルコンディショニング、練習内容については参加するアスリートのレベルごとにそれぞれモデルプランがあると更に広いターゲットにアプローチできる可能性がある。
- ペルソナへの訴求ポイントである乗鞍の自然の中での練習を売り出すため、資料には練習の内容詳細(例：サイクリングコース内容、コーチの有無)を掲示することが重要か。
- チーム向けと個人参加者向けで値段や練習オプションを変更することの検討の必要性がある。

【沖縄県沖縄市】事業概要

背景概要

- 十数年前から診断・治療を目的とした渡航の体制の整備を進めてきたが、想定ペルソナが明確化されておらず、インバウンドの大きな伸びには繋がっていない。
- 地域資源を活用したツーリズムの振興を推進しており、医療との連携により新たなツーリズムを創出したい。

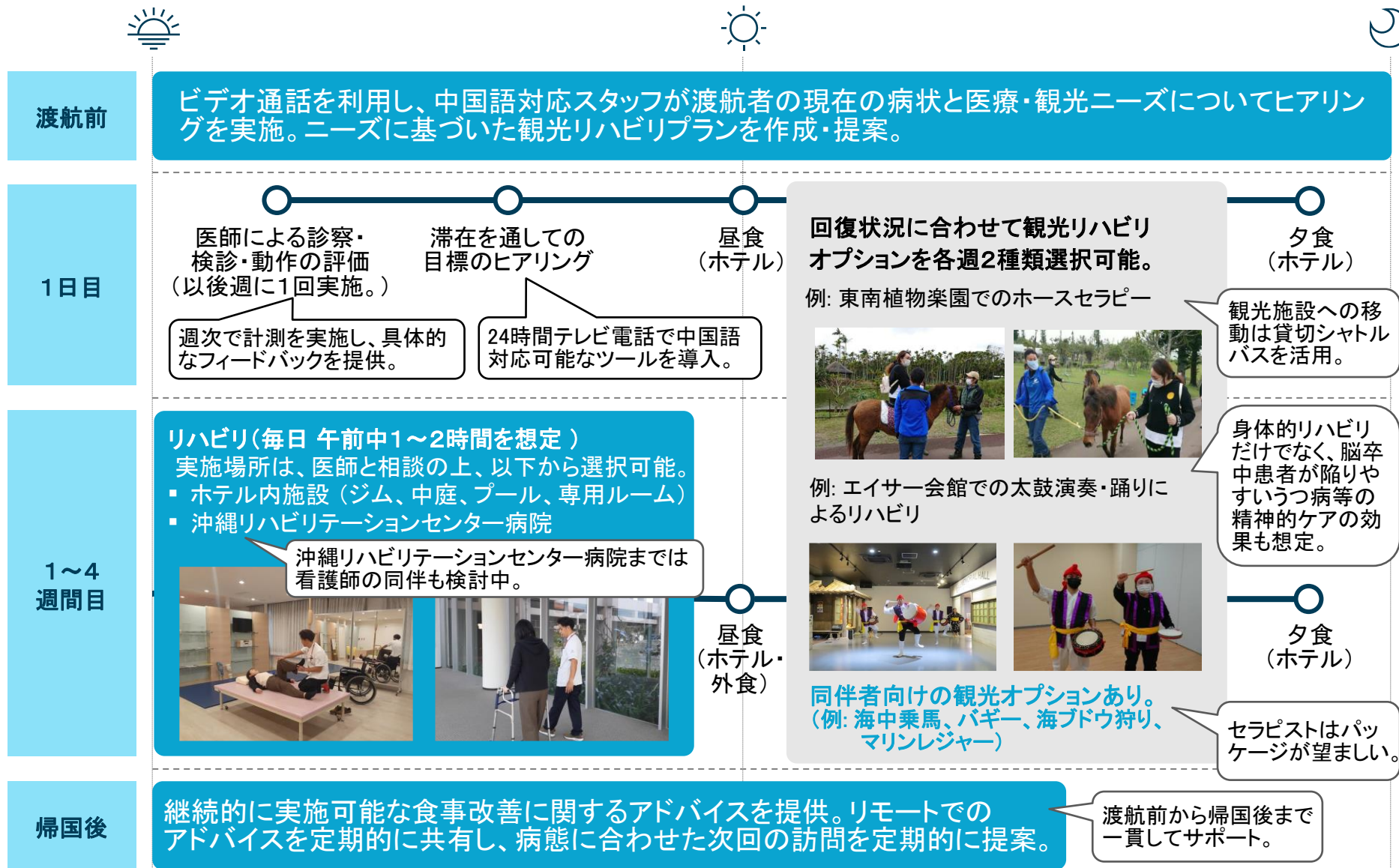
実施体制

団体名	役割
沖縄市観光物産振興協会	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 観光コンテンツの提供、観光観点からの知見共有（応募団体）
医療法人タピック （含 沖縄リハビリテーションセンター病院）	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 全体統括、関係者間の連携・調整 ▪ 滞在プラン造成 ▪ 医療コンテンツの提供、医療観点からの知見共有 ▪ 海外連携の推進
沖縄県沖縄市コザ・ホテル組合 グランメールリゾート ユインチホテル南城	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 宿泊や食事の提供・対応
沖縄県沖縄市料理飲食業組合 東南植物楽園 エイサー会館 沖縄こどもの国	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 飲食店としての商品展開・連携 ▪ 観光リハビリコンテンツ造成

コンテンツ概要

対象 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 中国等のアジア圏内国脳卒中患者のうち、急性期リハビリを終えて、自宅治療中の方（自力歩行可能） ▪ 所得はミドルからアッパーミドル 	滞在プラン <ul style="list-style-type: none"> ▪ リハビリ効果を実感しながら、家族と共に自然と触れ合う最大1か月のプラン — 医療: 医療法人タピックによる滞在先訪問型リハビリ又は病院でのリハビリ — 観光: <ul style="list-style-type: none"> ▫ 病院外で沖縄の地域資源、施設、動植物を活用した観光リハビリ ▫ 同行する家族への観光メニュー、週末の観光オプション
医療資源 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 医療法人タピックによるリハビリテーション ▪ 健診においては外国人受入れの実績あり。 	
観光資源 <ul style="list-style-type: none"> ▪ ゆったり暖かな沖縄の環境の中で、自然や動植物を活用した観光リハビリオプションの提案 	

【沖縄県沖縄市】リハビリの効果を実感しながら、家族と共に沖縄の自然と触れ合える最大1か月のリゾート型滞在プラン



【沖縄県沖縄市】本年度の事業成果

本年度の事業成果

❗ 次頁以降で詳細を説明

国内連携体制



- ❗ 医療法人タピックが事業を主導し、沖縄市観光物産振興協会を巻き込んだ継続的な事業運営のための連携体制を構築。
- ❗ 観光施設の東南植物楽園、エイサー会館や宿泊先施設であるユインチホテル南城・グランメールリゾートと連携したことで、新規性のあるリハビリコンテンツを含むプランの造成に成功。

コンテンツ造成



- ❗ 地域内議論・市場調査・インタビューを基に、中国在住富裕層の自立歩行が可能な脳卒中患者とその同伴家族をターゲット層として設定。
- ❗ 地域関係者とのワークショップでは「リハビリの効果を実感しながら、家族と共に沖縄の自然と触れ合える」をテーマにした長期滞在リゾート型滞在プランを策定。
- ❗ ターゲット層向けの実証（訪問・オンライン各1回）と国内・海外事業者向けの実証（オンライン）を実施し、滞在プランに対するフィードバックを受ける。言語サポート、事前・事後フォローにおける改善点を滞在プランに反映。










海外連携



- ❗ 中国代理店8社、中国インバウンド向け旅行代理店6社、中国広東州民間医療団体と深圳市内のリハビリ専門病院に滞在プランを紹介し、初期的な連携体制を構築。

【沖縄県沖縄市】市場規模・集患難易度・地域の受入体制の整備を基準に、タピックとして狙うべきターゲット層とその医療・観光ニーズを特定。

■ 本年度事業のターゲット

想定し得るターゲット層	高度リハビリ(移動補助)	高度リハビリ(自立歩行)	予防的リハビリ
	<ul style="list-style-type: none"> 事故・病気からの運動機能回復のためのリハビリが必要。 自力での歩行が困難。 	<ul style="list-style-type: none"> 事故・病気からの運動機能回復のためのリハビリが必要。 自力での移動が可能。 	<ul style="list-style-type: none"> 健康維持のためのリハビリが必要な高齢者
市場規模	 移動補助が必要なため、地域内の観光活動が限定的。	 滞在が長く、地域内観光を通じ活発な消費活動を見込める。	 潜在需要はあるが、顕在化には積極的な働きかけを要する。
渡航及び集患の難易度	 家族等の支援なしでは渡航が難しい。	 自力での渡航ができる。	 渡航は可能だが、リハビリ目的の渡航はあまりない。
地域の受入体制	 観光の際も専門知識をもつ医療従事者の同行が必要である。	 リハビリ目的の観光に関わる事業者等も一定のリハビリニーズに対する理解が必要である。	 比較的健常者に近いターゲット層のため体制整備の難易度は低い。

本事業で想定するターゲット層

- 6か月前に脳卒中を患ったが、中国で治療と急性期リハビリを完了しており、現在は自宅で回復期のリハビリを実施中。自力での移動が可能。
- 渡航の主目的は先進的な技術や設備の整った環境でリハビリの効果を感じることである。
- 観光中に自身が旅程についていけなくなり、同伴の家族に迷惑がかかることが心配。



【沖縄県沖縄市】医療法人タピックが事業を主導し、観光事業者の協力のもと、リハビリ・セラピーに観光に取り入れた新規性のあるリハビリメニューを造成。

医療と観光を合わせた新規コンテンツの概要

ホースセラピー

- うつ状態になりやすい脳卒中患者向けに、自然の中での馬との触れ合いを通じた心身セラピーを考案。
- 乗馬や動物に触れ合うことを通じて心身ともにリハビリテーション効果を得られる。



実証モニターコメント¹

- 綺麗な景色や動物との触れ合いで心のケアができた。特に子供連れの家族にぴったりだと思う。
- 日々の生活で杖をついていてもつまずく等があるので、医療セラピストが同行することは安心する。

エイサーリハビリ

- 沖縄の伝統芸能であるエイサーを太鼓等を使い演舞し、沖縄の文化を体験しながら身体を動かすリハビリテーションを設計。
- エイサーで使用する三味線の体験を通じた細かい動作のリハビリテーションも提供。



- 沖縄の文化、歴史を知ることができ、体感・体験できてとても楽しかった。
- この動きが自分の身体改善のために良いということを医療セラピストから伝えてもらうことができるのは安心する。

宿泊先でのリハビリテーション

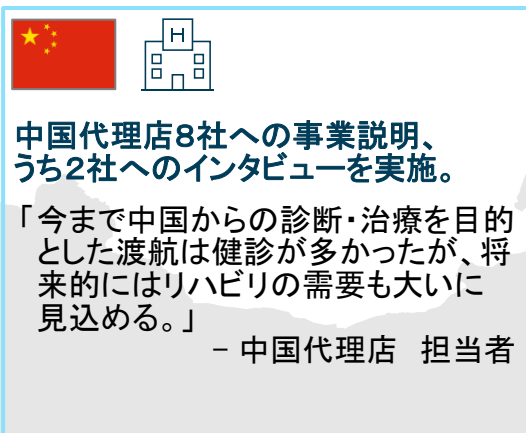
- ユインチホテル南城・グランメーブルリゾート沖縄と活用可能な施設を特定。例：
 - － リハビリ施設
 - － バリアフリーの客室
 - － ジム・フィットネスルーム
 - － 屋外庭園
 - － プール





- ホテルの中の施設・設備は充実しており、自分がリハビリテーションをしている間家族が楽しめる施設があり安心する。
- 宿泊場所でリハビリテーションを受けることができるのは助かる。

注1：訪問実証モニター：30代・沖縄県在住の中国籍女性、リウマチが持病；オンライン実証モニター：70代・沖縄県在住の米国籍女性、沖縄リハビリテーションセンター病院の既存患者

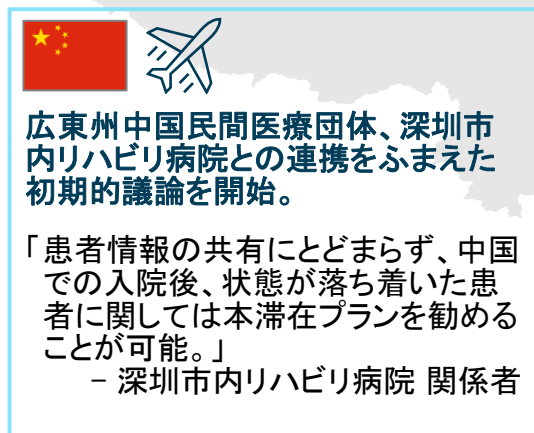
【沖縄県沖縄市】既に連携実績を持つ医療機関だけでなく、新たに連携先となり得る国内外販売代理店や中国リハビリ専門病院との関係性を構築。





中国代理店8社への事業説明、うち2社へのインタビューを実施。

「今まで中国からの診断・治療を目的とした渡航は健診が多かったが、将来的にはリハビリの需要も大いに見込める。」
- 中国代理店 担当者



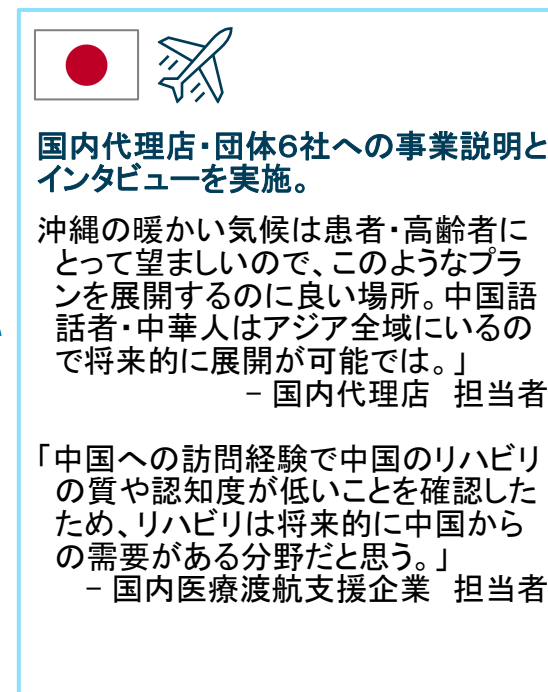
 



広東州中国民間医療団体、深圳市内リハビリ病院との連携をふまえた初期的議論を開始。

「患者情報の共有にとどまらず、中国での入院後、状態が落ち着いた患者に関しては本滞在プランを勧めることが可能。」
- 深圳市内リハビリ病院 関係者



医療法人 タビック



国内代理店・団体6社への事業説明とインタビューを実施。

沖縄の暖かい気候は患者・高齢者にとって望ましいので、このようなプランを展開するのに良い場所。中国語話者・中華人はアジア全域にいるので将来的に展開が可能では。」
- 国内代理店 担当者

「中国への訪問経験で中国のリハビリの質や認知度が低いことを確認したため、リハビリは将来的に中国からの需要がある分野だと思う。」
- 国内医療渡航支援企業 担当者

本年度の海外連携実績をふまえ、次年度の目標として以下を計画：

- リハビリテーションでの効果や内容メニュー等を知ってもらうための動画の作成
- 事業説明を行った販売代理店との交渉及び新規販売代理店の発掘・交渉
- 初期的議論を開始した中国民間医療団体・リハビリ病院との本事業での連携を通じて中国側で達成できる目標の明確化・連携体制の具体化

【沖縄県沖縄市】参考：在留外国人2名、国内・中国代理店等14社を対象に実証。

実証概要

モニター

- 実施日時：3/1-4（訪問：宿泊含む滞在プランの体験）、3/4（オンライン：対面インタビュー）
- 手法：
 - － 訪問：3泊4日の訪問を伴う実証及びそれを基にしたインタビュー
 - － オンライン：滞在プランをまとめたオンラインプレゼンを基にした対面でのインタビュー
- 参加者：
 - － 訪問：県内在住中国籍女性（30代）
 - － オンライン：県内在住米国籍女性（70代）

事業者

- 実施日時：3/5（中国代理店）、3/9（国内代理店）
- 手法：滞在プランのプレゼンを基にしたオンラインインタビュー
- 参加者：
 - － 中国医療渡航支援企業・代理店・保険会社 8社
 - － 国内代理店・保険会社・旅行関連団体 6社

実証でのフィードバック内容

コメント

滞在プラン全体・価格

「このツアーの第一の目的はリハビリの効果を実感して体を楽にすることである。」

「多少金額が高くなるとしても、自分でプランニングをせず、自分や家族の健康状態をふまえてプランを決めてもらった方が嬉しい。」

「中国では親をつれて海外旅行へ行くことに対する需要はある。その際にリハビリのサポートがあるのは魅力的なのではないか。」

医療

「持病を持つ患者は他の治療を試したい、これまでと違った治療法やアプローチを試したいという思いがある。」

「（プランを通じての）リハビリの効果を評価するのが重要なので、モデルツアーの結果の共有は効果的。」

「母国へ帰国後もできるようなリハビリの手法を身に着けたい。」

観光

「慣れない観光地だと観光にセラピストが同行することはなおさら安心感がある。」

「リハビリのみだと、自分が病人だと再認識してしまうが、エイサー体験を通して日本の伝統も体験できて充実している。」

ツール

「エイサー会館でのリハビリの際は、タブレット型の翻訳ツールを使うことでそちらに意識を使得てしまい、観光に集中できない。」

「うつ病のサポートとなると医師とのマンツーマンの会話が重要のため、日本語・専門用語に精通した通訳が必要なのではないか。」

鍵となるポイント

- 訪れた患者のリハビリの効果を評価・明示し、その効果を最大化できるような工夫が必要である（例：滞在期間の延長、参加者の体調に合わせて個別化されたプラン内容の提案。）
- 中国のリハビリニーズは潜在的に高いが、リハビリの効果、必要性に対する認知度が低いことに鑑みて、事業拡大の可能性が大きいと考えられることから、医療機関において一度に受け入れるグループ数を増やすことが重要である。

【石川県七尾市】事業概要

背景概要

- 外国人患者受入体制整備は行ってきたが、PR等を行っておらず、年に数件程度の受入に留まっていた。
- ターゲット層が明確化されておらず、医療と観光コンテンツがパッケージ化されたプランの造成に至っていなかった。

実施体制

団体名

社会医療法人財団董仙会
恵寿総合病院

役割

- 全体統括、関係者間の連携・調整
- 滞在プラン造成
- 医療コンテンツの提供、医療観点からの知見共有
- 海外連携の推進

ななお・なかのとDMO

- 滞在プラン造成、観光視点からの知見共有

和倉温泉旅館協同組合

- 宿泊先提供

昇龍道ドラゴンルート推進協議会

- 観光視点からの知見共有、海外連携の推進

七尾市産業部商工観光課

- 全体アドバイス、既存観光復興計画との調整

コンテンツ概要

対象

- くつろぎを求める中国・台湾人女性
- 職業：同族会社のCOO
- 所得はミドルからアッパーミドル

医療資源

- 恵寿総合病院による健診
- 外国人対応の実績あり。

観光資源

- 七尾市の香りとマインドフルネスを重視した観光コンテンツや宿泊先

滞在プラン

- 七尾市の香りを体験しながらマインドフルネスを学ぶ4泊5日プラン
 - 医療：恵寿総合病院による健診
 - 観光：マインドフルネスをテーマとした観光コンテンツ
 - 宿泊：日本のおもてなしを感じられる高級旅館体験（多田屋）
 - 移動：全行程ハイヤー移動

【石川県七尾市】本年度の事業成果

本年度の事業成果

❗ 次頁以降で詳細を説明

国内連携体制



- 恵寿総合病院、ななお・なかのとDMO、ドラゴンルート推進協議会を中心とした地域関係者による、継続的な事業運営のための連携体制を構築。
- 事業化に向けて、必要となるコミュニケーション・言語・支払いツールを特定（WeChat、カルテコ等）。

コンテンツ造成



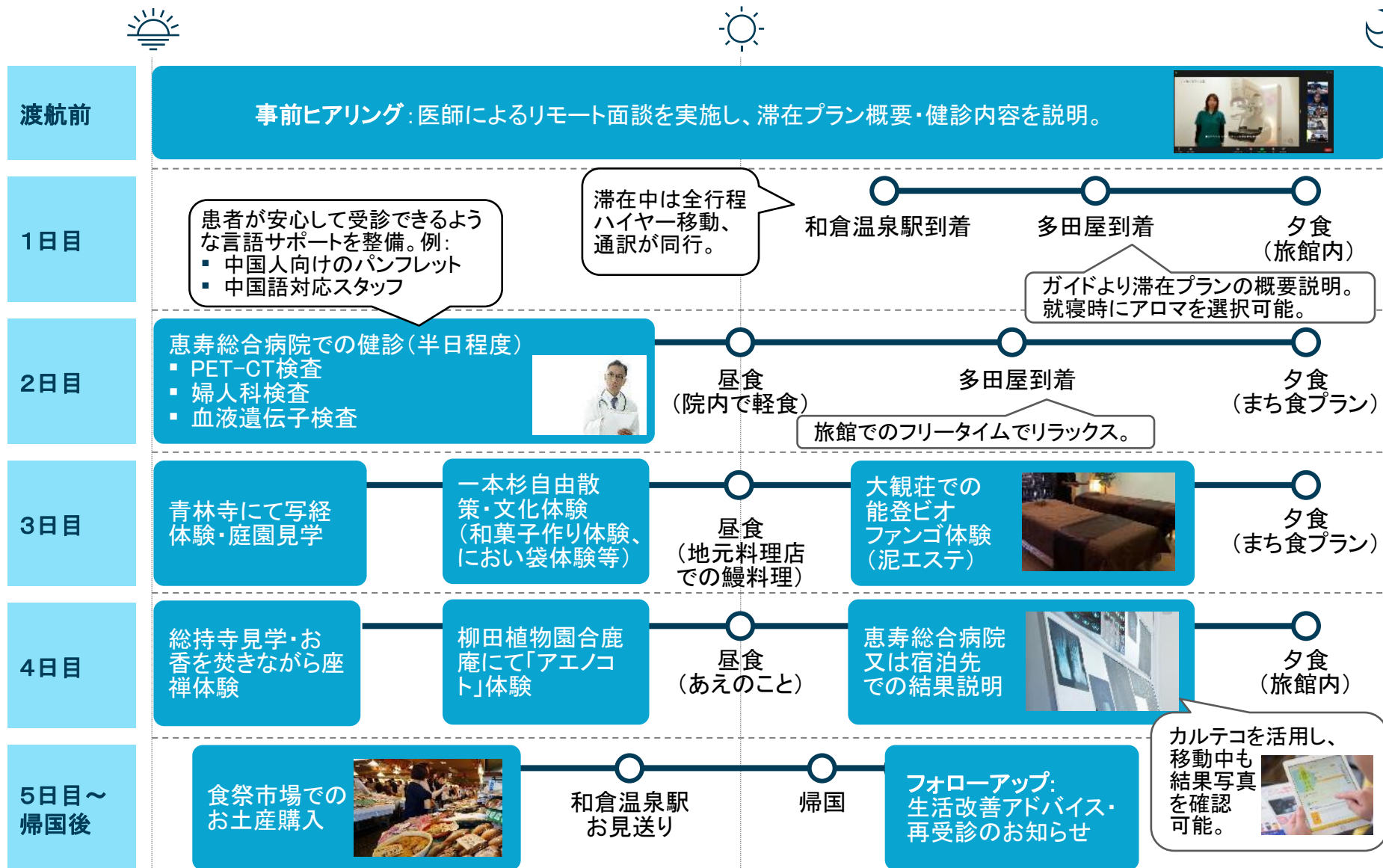
- ❗ 地域内議論やコンテンツ造成ワークショップを基に、リラックスを求める中国人富裕層女性をターゲットとし、七尾市の「香り」とマインドフルネスをテーマにした4泊5日の滞在プランを造成。
- ❗ 医療・観光関係者が連携することで、医療と観光の相乗効果を活かしたシームレスなコンテンツを作りこみ（例：事前ヒアリング、滞在中の医師によるオンライン面談）。
- オンライン実証を通じて得たモニター・事業者から滞在プランに対するフィードバックを基に、観光コンテンツを絞り込み、より時間に余裕を持ったプランに変更。

海外連携



- ❗ 海外実績を持つ国内代理店3社に滞在プランを紹介し、うち1社と初期的な連携構築を開始。
- 次年度以降は、恵寿総合病院が本年度に関係を構築した代理店との交渉を継続し、中長期的には追加的な連携先候補の開拓を視野に入れた展示会への参加を検討。

【石川県七尾市】七尾市の香りを体験しながらマインドフルネスを学ぶ4泊5日の滞在プラン



【石川県七尾市】対象とするペルソナを具体化した上で、石川県七尾市の「香り」をテーマにした医療・観光コンテンツを特定し、パッケージとして作り込み。

ターゲット特定



年齢: 42才
家族: 夫、息子2人
職業: 同族会社のCOO
居住地: 中国都心部

- 仕事と家事で忙しい。
- 夫・仕事関係者と来日する。
- 日本への旅行はリフレッシュになる。
- 近所の薬局で血圧を定期的に測るが、時間がかかるため、病院には行きたくない。



七尾市の香りを体験しながらマインドフルネスを学ぶ4泊5日



【石川県七尾市】本事業で造成された滞在プランでは、渡航前・滞在中・帰国後において、医療と観光関係者が協力することで体験価値を最大化。

渡航前

1. オンラインで渡航予定者との事前ヒアリングを実施し、健診内容や滞在プランの概要を説明。



滞在中

2. ツール(カルテコ等)を活用し、いつでも結果写真を確認可能。



3. (要望に応じて)滞在先で医師とオンライン面談を行い、初期的な結果を受領。



帰国後

4. 帰国後もフォローアップを実施し、継続的な健診・活動をおすすめ。



【石川県七尾市】モニター体験動画を活用し、中国インバウンド受入実績を持つ国内代理店との連携構築を開始。

商品化を見据えて連携先候補を特定し...



... オンラインで意見交換。

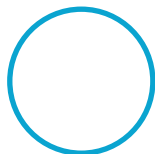
事業内容や地域の特性に鑑みたチャネルの適正

国内代理店



既に観光コンテンツにおいて地域と連携実績がある代理店が2~3社存在。

海外代理店



既存のネットワークがなく、地域関係者で窓口を担う人材が不足。

仲介なし
(直接予約)



過去に数回直接受入れを行ったが、直前キャンセル等で病院側に負担。

実証のモニター体験動画を用いて、国内インバウンド代理店に滞在プランの概要や価格等を説明し、意見交換を実施。



旅行代理店と話し合いができたことは有意義だった。次年度以降は代理店を巻き込みながら、コンテンツを最終化していきたい。

地域観光事業者

【石川県七尾市】参考：在留中国人4名、国内代理店1社を対象に実証。

実証概要

モニター

- 実施日時：2月上旬
- 手法：滞在プランから一部観光コンテンツを抜粋した、訪問を伴う実証
- 参加者：県内在住中国人女性・経営者4名(2組)

事業者

- 実施日時：2月25日
- 手法：滞在プランをまとめたプレゼンテーション・動画を基にしたインタビュー
- 参加者：インバウンドコンテンツ造成に実績を持つ国内代理店1社

実証でのフィードバック内容

コメント

滞在プラン全体・価格

「実証では各滞在先での時間が短かった。早起きして色々な場所に行くより、訪問箇所をカットして、ゆっくりしたい。」

「東京・大阪での健診の最大受入人数は6名程度。もし団体の受入れが可能であれば、アピールポイントになり得る。」

「(現時点での価格は)高い。滞在費用を抑えるために、8名程度の富裕層の友人と団体での参加を検討したい。」

医療

「事前にオンラインで質問ができるのはよい。」
「中国にも同等又は日本以上の品質の設備があるが、日本では看護師さんが細かく気を配ってくれる。サービスが一番大事。」

「健診を受ける際に、一番の不安要素は言語。」

観光

「滞在を通じて、心身ともにリラックスできた。泥エステは体がぼかぼかした。」

「あえのことで日本の古い文化を学べたのは良かった。歴史には興味ある。」

宿泊

「滞在先の旅館では日本のサービスを体験できた。隅々までこだわりがあり、感動した。」

ツール

「中国人は基本的にWeChatを使うことが多いため、(事前ヒアリングは)WeChatが一番便利。」

鍵となるポイント

- リラックスを求めるターゲット層を想定し、観光コンテンツは詰め込みすぎず、自由行動の時間含む余裕のある旅程の策定が重要。
- 健診を提供する他地域との差別化や価格の改善を実現するため、中長期的には団体の受入れを視野に入れた滞在プランの改善が必要。

【東京都品川区】事業概要

背景概要

- 品川エリアの観光名所としてのインパクトは弱く、インバウンド観光客の潜在的なニーズを取り逃していた可能性がある。
- これまでは病院での直接受付のみしか対応しておらず、宿泊施設を通じたプランの提供は検討していなかった。

実施体制

団体名

東京高輪病院

役割

- 全体統括、関係者間の連携・調整
- 滞在プラン造成
- 医療コンテンツの提供、医療観点からの知見共有
- 海外連携の推進

プリンスホテル

- 宿泊施設・食事の提供

JR東日本品川駅

- 観光視点からの知見提供、空港からの交通提供

その他行政・地域観光関係
(品川区文化観光課等)

- 既存観光計画との調整・連携

コンテンツ概要

対象

- 観光目的で来日する3世代中国人家族
- 地方出発前の短期間で品川エリアを観光
- 所得はミドルからアッパーミドル

医療資源

- 東京高輪病院による健診
- 外国人対応の実績あり。

観光資源

- プリンスホテルレジャー施設、東海道品川宿、天王洲アイルアート散策、お台場水上アクティビティ等

滞在プラン

- カスタマイズ健診と近代都市と歴史の魅力を体験できる1泊2日の滞在プラン
 - 医療: 東京高輪病院による健診 (MRI、カスタマイズ健診)
 - 観光 (提案):
 - 効率よく多くの名所を巡り、子供連れでも楽しめるコース
 - 健診後から地方出発までの短期間で体験できる観光コース

【東京都品川区】本年度の事業成果

❗ 次頁以降で詳細を説明

本年度の事業成果

国内連携体制



- 地域の行政・観光関係者(品川区文化観光課等)への声掛けを実施し、事業内容に対する理解を獲得。
- ❗ ホテルウェブサイトを通じた販売(B2C)と代理店を通じた販売(B2B)の2パターンの事業運用体系を策定。
- 予約から支払いまでのオペレーションに関する運営計画を作成し、プリンスホテルと最終化。

コンテンツ造成



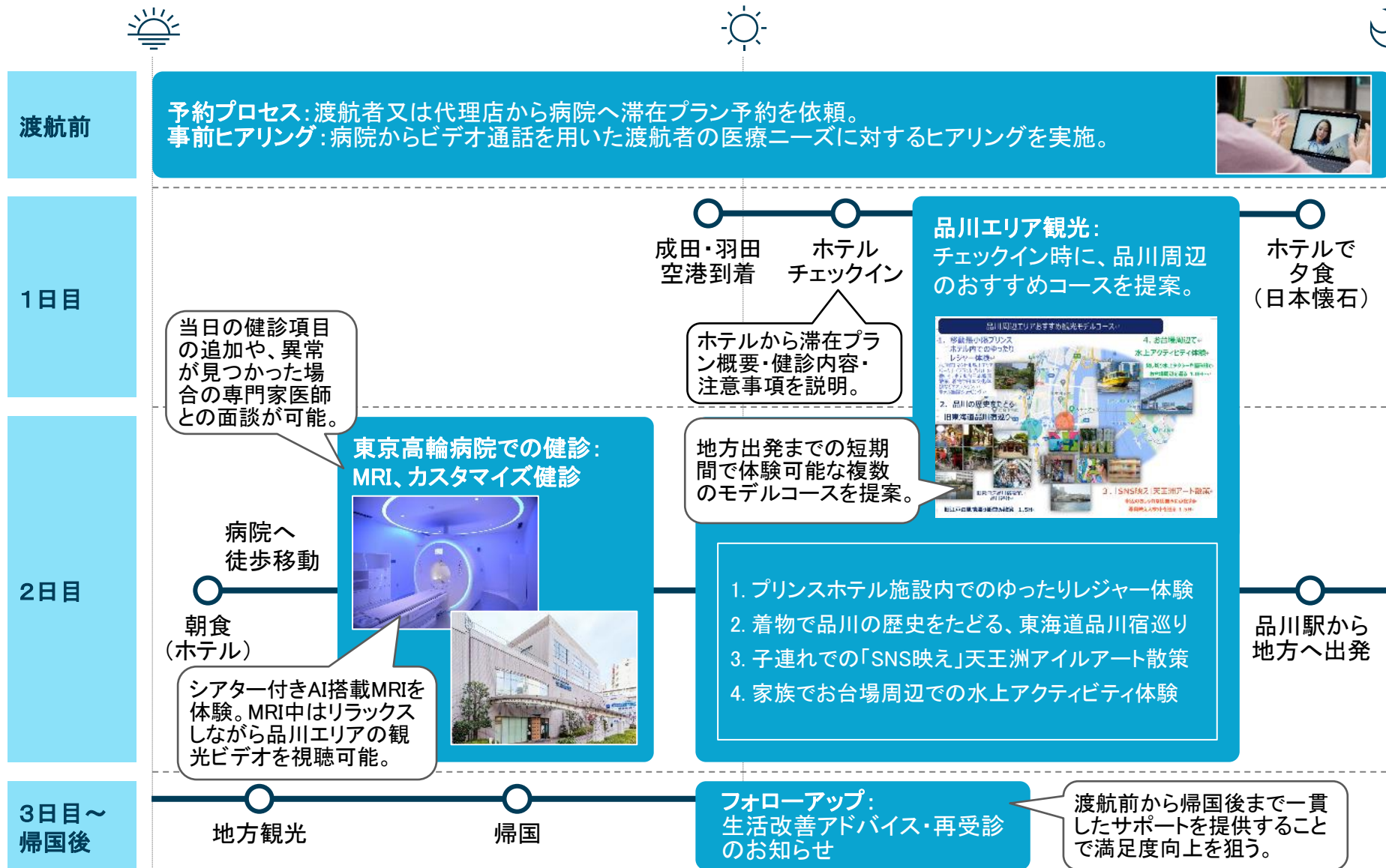
- 地域内議論・インタビューを基に、ターゲット層を観光目的の中国在住富裕層の3世代家族として設定。
- ❗ 地域関係者とのワークショップでは、「近代都市と歴史」をテーマとし、地方出発までの短い間で体験できる複数の観光コースを策定。
- モニター18名へのアンケート・4社の事業者へのインタビューを通じて、次年度以降は渡航者の渡航目的(観光・医療)に分けて医療コンテンツを調整し、複数の滞在プランを用意することを決定(例:観光目的の場合には、短期間かつ当日参加可能な健診オプションや宿泊先での出張健診を提案。)

海外連携



- ❗ 支援事業者紹介の中国代理店4社と滞在プランの内容・価格に関する意見交換を実施し、連携構築を開始。

【東京都品川区】地方出発前に品川エリアでカスタマイズ健診と近代都市と歴史の魅力を体験できる1泊2日の滞在プラン



【東京都品川区】個々の健診スケジュールに合わせた、短期間で体験可能な複数の観光モデルコースを提案することで、品川区内でのアップセルを実現。

ターゲット層: 3世代
中国人富裕層家族



想定観光ニーズ:

- 両親の検診中は、効率よく多くの観光名所を巡り、子供連れでも楽しめる行程を希望する。
- 午前中に健診を終えた両親が家族と合流後、午後から地方出発までの短期間で体験できる提案が欲しい。

コース概要

コースの見どころ

① プリンスホテル施設内でのゆったりレジャー体験

- 到着日の移動の疲れを考慮した、ホテル内で完結するコース (約1時間)



② 着物で品川の歴史をたどる、東海道品川宿巡り

- 日本文化に触れ、旧江戸の風情漂う街並み散策コース (約1.5時間)



③ 子連れでの「SNS映え」天王洲アイルアート散策

- 水辺のおしゃれな街並みに点在する写真映えスポットを巡るコース (約1.5時間)



④ 家族全員でお台場周辺での水上アクティビティ体験

- 水上タクシー・屋形船で移動しながら、お台場観光を楽しめるコース (約3時間)



【東京都品川区】滞在プランの商品化を見据えて、B2BとB2Cの販売シナリオを策定。 特にB2C販売ではプリンスホテルウェブサイトを活用し、観光目的の渡航者にアピール。

B2B

健診希望者が代理店に相談。



代理店が病院に問合せ。



病院がホテル（プリンスホテル）へ連絡し、空室状況確認・人数分の部屋を確保。



チェックイン当日：ホテルから健診希望者に以下の点を説明：

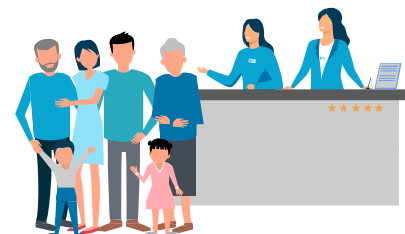
- 健診内容・食事制限内容を含む注意事項
- 健診スケジュールを考慮した品川区周辺おすすめ観光コース

B2C

健診希望者自身がホテルのウェブサイトから滞在プランを確認。



病院が直接健診希望者に電話又はオンラインでヒアリングを実施。



（要望があれば、ホテル宿泊先への健診当日紹介も可能。）

【東京都品川区】事業内容をふまえて、健診受入実績のある医療渡航支援企業を特定し、滞在プランに関する初期的な議論を通じた連携構築を開始。

中国人患者健診受入実績を持つ国内外医療エージェント4社を特定し...



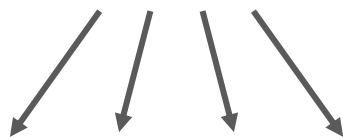
... 連携内容の方向性について討議。

「基本的に事前・事後フォローアップや支払いにおける患者とのやり取りは代理店が窓口となり、調整と実施を進める。」

「直前でのキャンセルを避けるため、可能であれば観光コンテンツのニーズは事前に把握し、渡航前に予約やその他手配を済ませることが好ましい。」

「なるべく日本らしい体験をしたいという方も多いので、エージェントによる中国人ガイド手配より、病院による言語対応可能な日本人タクシー・ガイドの手配等の方が訴求しやすい可能性がある。」

「(今後の連携に向けて)アピールしやすいよう、より詳細な検査項目とMRIの魅力の後日共有してほしい。」



北京の
旅行
代理店



医療渡航支援企業

経産省登録
身元保証機関

観光庁登録
身元保証機関

観光庁登録
身元保証機関

【東京都品川区】参考：在留中国人18名、国内代理店4社を対象に実証。

実証概要

モニター

- 実施日時：3月上旬
- 手法：滞在プランをまとめた簡易的なパンフレットを基にしたアンケート
- 参加者：東京高輪病院中国人既存患者18名（うち30～60代：9名、60代以上：9名）

事業者

- 実施日時：2月26日
- 手法：滞在プランをまとめたプレゼンテーション・動画を基にしたインタビュー
- 参加者：
 - ー 北京旅行代理店1社
 - ー 観光庁・経産省身元保証機関3社

実証でのフィードバック内容

コメント

滞在プラン全体・価格

「観光目的と健診目的でニーズは異なるためプランが別にあるほうが良い。」
 「価格が高い、安さは選択理由として優先される。」
 「品川は買い物するところがなく、観光で品川は知られていないため人気がない。」

医療

「事前にオンラインで質問ができるのはよい。」
 「結果はタイミングよりも当日医師からの説明がニーズが多い。」
 「(東京高輪病院の)MRIと他病院との違いについて詳細を提示してほしい。」

観光

「中国人は自分で観光地を選択することが多い。」
 「その時々で気分です定を変える人が多いため、観光はセットにしないほうが良い。」
 「日本文化の体験は人気がある。」

宿泊

「健診目的の来日の場合は宿泊費用を抑える。」
 「品川エリアでは比較的リーズナブルな宿泊の需要が多い。」
 「ハイクラスな方は芝浦方面のホテルを選択することが多い。」

ツール

「WeChatはカジュアル、正式な結果の提供等のやり取りは基本メールが望ましい。」

鍵となるポイント

- 都市としての特性から、訪日目的・要望に応じて、より柔軟なカスタマイズすることで中国人観光客に対して魅力的なプランとなる可能性がある(例：医療コンテンツのオプション、部屋のランク、観光)。
- 本プランのアピールポイントであるAI搭載MRIの特徴や利点を、わかりやすく紹介資料に記載することが重要である(中国には数少ない機器のため)。

【岐阜県美濃加茂市】事業概要

背景概要

- 本年度事業においては、長期滞在に必要な必須条件や健診におけるターゲット層とそのニーズを調査の上、がん検診と観光を組み合わせるだけでなく、「健康」と関連した日本ならではの体験を含む独自の滞在プランの造成を目指す。

実施体制

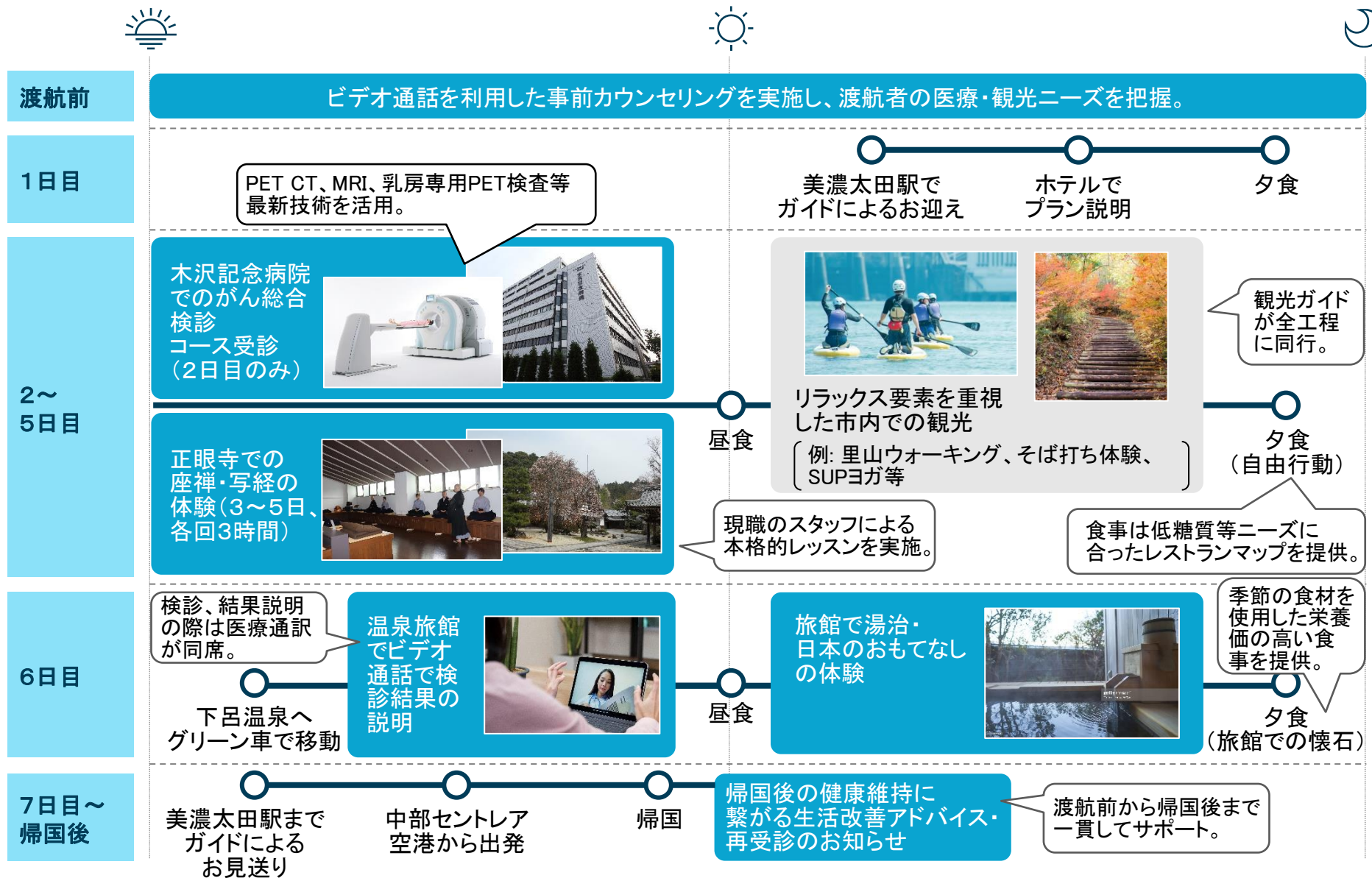
団体名	役割
木沢記念病院	<ul style="list-style-type: none"> 医療コンテンツの提供、医療観点からの知見共有(応募団体)
美濃加茂市	<ul style="list-style-type: none"> 地元関係機関の巻き込み、診断・治療を目的とした渡航客の受入れの推進
正眼寺	<ul style="list-style-type: none"> 観光コンテンツの提供
支援事業者	<ul style="list-style-type: none"> 全体統括、関係者間の連携・調整 滞在プラン造成 海外連携の推進

コンテンツ概要

対象	<ul style="list-style-type: none"> くつろぎを求める中国人女性 夫婦又は仕事関係者と訪日 所得はミドルからアッパーミドル 	滞在プラン
医療資源	<ul style="list-style-type: none"> 木沢記念病院におけるがん総合コース(PET-CT、MRI、乳房専用PET検査を含む。)をはじめとする5つの検診コース 	
観光資源	<ul style="list-style-type: none"> 美濃加茂市の正眼寺・自然アクティビティ 下呂温泉、高山エリア等近郊地域の体験型アクティビティ 	

- 「心をもたす時間を大切にする」をテーマとした1週間の禅滞在プラン
 - 医療: 事前カウンセリング、木沢記念病院でのがん検診
 - 観光: 美濃加茂市正眼寺での座禅・写経体験、ホテル周辺での自然体験、下呂温泉
 - その他:
 - 下呂温泉では旅館に宿泊し、日本のおもてなしの体験
 - 通訳ガイド・医療通訳付きプラン

【岐阜県美濃加茂市】美濃加茂市の自然・文化に触れながら、心を無にする時間を大切に1週間の「禅」滞在プラン



【岐阜県美濃加茂市】本年度の事業成果

本年度の事業成果

📌 次頁以降で詳細を説明

国内連携体制



- 📌 支援事業者が本年度事業の事務局・海外連携における窓口を担い事業を主導し、知見やノウハウを共有したことで、**次年度以降は美濃加茂市主導して事業推進ができる体制を構築。**
 - 主となる観光コンテンツを提供する**正眼寺を巻き込み**、滞在プランのテーマに合った座禅や写経体験の受入体制を整備。

コンテンツ造成



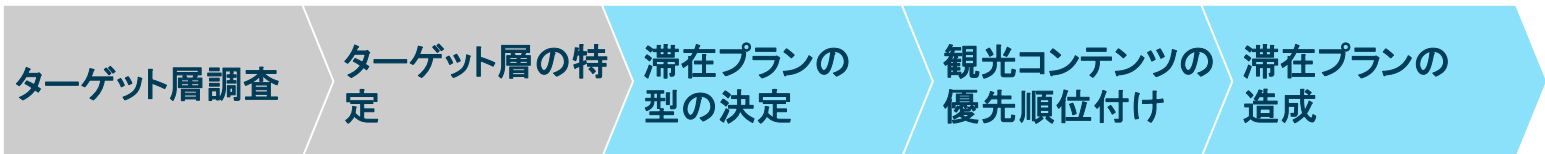
- 📌 デザインアプローチを活用し、**長期滞在において重要となる要素と4種類のターゲット層、それを基にしたターゲット層の理想的なジャーニーを定義。**
- 📌 上述のペルソナのうち岐阜県の対象を具現化（健康志向の40代～中国在住富裕層女性）し、ペルソナのニーズに合わせて**がん検診と心の健康のための禅体験を合わせた長期滞在型プラン**を策定。
- 📌 **実際の訪問を通じて在留中国人2名、オンライン実証を通して国内事業者3社と滞在プラン内容と想定価格に対する意見を交換。実証結果を基に、医療コンテンツの詳細説明、観光コンテンツの拡充等の改善点を滞在プランに反映。**

海外連携



- 支援事業者紹介の**国内の中国インバウンド向け旅行代理店3社と滞在プランの内容・価格に関する意見交換を実施し、連携構築を開始。**

【岐阜県美濃加茂市】詳細なターゲット層調査を基に策定した、滞在プラン造成におけるフレームワークを活用し、美濃加茂市の新たな挑戦として7日間の長期滞在型プランを造成。



概要・成果

18名へのインタビューを通し、健診での長期滞在における重要な要素、ターゲット層のタイプ、理想的なジャーニーを策定。

健診における4種類のペルソナのうち、岐阜県美濃加茂市の対象をくつろぎを求めるタイプとして特定し、特性やニーズを具体化。

アイデア創出フレームワークを基に滞在プランの型を整理し、周遊型ではなく滞在型プランに取り組むことを地域内で合意。

美濃加茂市における滞在型の観光コンテンツを洗い出し、ペルソナのニーズとの合致度を基に優先順位付け。

医療・観光・行政の地域関係者が集まったコンテンツ造成ワークショップを通じ、長期滞在型プランを造成。

工夫

デザインアプローチを使用し、ターゲット層の視点から見た診断・治療を目的とした渡航へのニーズを具体的に分析。

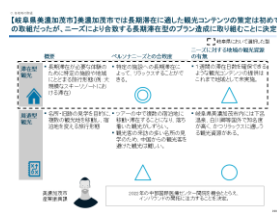
地域内議論を通じて、ペルソナを具体化することで、ターゲット層とニーズに対する共通認識を形成。

市の新たな取組として、美濃加茂市を中心とした長期滞在者向けの観光要素を提供することに挑戦。

美濃加茂市の観光資源の中でもくつろぎを求めるペルソナに沿ったコンテンツを選択。

ワークショップではおもてなし等5つの観点から網羅的に滞在プランを検討。

成果物



【岐阜県美濃加茂市】美濃加茂市では長期滞在に適した観光コンテンツの策定は初めての取組だったが、ニーズにより合致する長期滞在型のプラン造成に取り組むことに決定。

☐ 岐阜県において選択した型

ニーズに対する地域の観光資源の有無

概要

ペルソナニーズとの合致度

滞在型観光



- 長期滞在が必要な体験のために特定の施設や地域にとどまる旅行形態(例: 大規模なスキーリゾートにおける滞在)

- 特定の施設への長期滞在によって、リラックスすることができる。



- 1週間の滞在日数を確保できるような観光コンテンツの提供はこれまで地域として未実施。

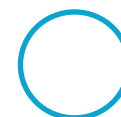


周遊型観光



- 名所・旧跡の見学を目的に、複数の観光地を移動し、宿泊地を変える旅行形態

- ツアーの中で複数の宿泊地に移動・滞在することになり、落ち着いた観光がしづらい。
- 観光客の来訪の多い名所の見学のため、中国からの観光客を避けた観光は難しい。



美濃加茂市
産業振興課



2022年の中部国際医療センター開院を機会と捉え、インバウンドの開拓に注力することを決定。

【岐阜県美濃加茂市】1週間の滞在日数を確保するため、美濃加茂市近辺での滞在型観光コンテンツを洗い出し、パーソナのニーズに合わせて優先順位付けを実施。

滞在型観光コンテンツ案

座禅 リトリート

厳格な禅寺として有名な正眼寺で、精進料理を楽しみつつ、本格的な修行を体験。



温泉宿での湯治

日本三名泉として知られる下呂温泉へのアクセスの良い旅館で、季節料理を楽しみつつ湯治を体験。



ヨガ リトリート

近隣のホテルに宿泊しつつ、豊富な自然に囲まれながら呼吸法等のヨガを体験。



スキー場への長期滞在

近隣のホテルに宿泊しつつ、連日ウィンタースポーツを堪能。



パーソナのニーズへの合致度

■ ニーズに合致 ■ 部分的に合致

- 本場の禅寺における修行を通じて深く日本文化を体験できる。
- 瞑想にはストレス軽減効果があり、心身共にリラックスが可能。
- 温泉宿にて日本のおもてなしを体験可能。
- 下呂のアルカリ性単純温泉の成分は健康によく、リラックス効果も高い。
- ヨガは血流促進や代謝向上等の効用があり、健康意識の高いパーソナに適している。
- 一方で、他国発祥の文化であり、日本文化やおもてなしの体験は難しい。
- スキーへのニーズは20～30代が中心であり、パーソナとの合致度は低い。
- アクティビティ中心の滞在となり、リラックスすることは難しい。

【岐阜県美濃加茂市】本年度は支援事業者が事務局を担い事業を主導し、次年度以降は美濃加茂市主導で事業推進ができるように土台整備及び知見の共有を実施。

次年度における連携体制

本年度の支援事業者主導での事業の経験を生かし、次年度からは美濃加茂市が主となって事業を推進予定。



支援事業者が主導して健診を目的とした渡航におけるターゲット層とそのニーズについての調査を実施。



支援事業者主導

支援事業者が事務局及び海外連携における窓口を担当し、連携体制の基盤整備と事業推進における知見共有を実施。

一方で、地方公共団体の新たな挑戦として市内での長期滞在プランを造成するなど、美濃加茂市がオーナーシップを持って事業を推進。



支援事業者・地域による協働

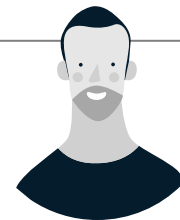
本年度事業の連携体制や事業の進め方を基に、次年度以降は美濃加茂市が次年度事業を主導することで合意。



地域主導

地域関係者のコメント

(新型コロナ感染状況等) 先の見えない状況ではあるが、インバウンド回復に向けた連携体制の準備を開始したい。



美濃加茂市
産業振興課

観光コンテンツの拡充に鑑みて、次年度以降は県や市の追加的関係者の巻き込みに注力したい。



観光事業者

【岐阜県美濃加茂市】参考：在留中国人2名、国内代理店3社を対象に実証。

実証概要

モニター

- 実施日時：3/9-10
- 手法：1泊2日の訪問を伴う実証及びそれを基にしたインタビュー
- 参加者：県内在住中国人女性2名（40代、60代）

事業者

- 実施日時：2月18日
- 手法：滞在プランをまとめたプレゼンテーションを基にしたオンラインインタビュー
- 参加者：中国からのインバウンド・診断・治療を目的とした渡航に知見のある国内代理店3社

実証でのフィードバック内容

コメント

滞在プラン 全体・価格

「岐阜県美濃加茂市と聞いて中国人がイメージするのは白川郷や下呂温泉である。」

「観光に関しては自分に合わないプランは安くても高く感じてしまうので、価格よりもターゲット層にあった内容を提示することが大事だ。」

医療

「検診から治療への対応の流れを提供できることを明確化できると良いのでは。」

「iMRT、320列のCT等の情報を入れるなど、病院の魅力の見せ方を工夫すべき。」

観光

「（現在の座禅体験は長いので）これまで座禅を組んだことのない人には特に難しいと思う。」

「美濃加茂市中心のコンテンツとなっているが、観光コンテンツを広域化することも検討できるのではないか。」

「東京にも名古屋にも検診はあるがわざわざ岐阜県美濃加茂市に来るのは日本にもう数回来たことがあり、新しいコンテンツを探しているような人か。」

宿泊

「少し離れたグレードの高い旅館やホテルを検討する余地があるのでは。」

「良いところに泊まれるのであれば1時間以内の移動は問題ない。」

ツール

「WeChat、Alipay等が岐阜県美濃加茂市のレストランで対応可能か確認してほしい。」

鍵となるポイント

- 美濃加茂市で1週間の長期滞在日数を確保するため、地域の観光コンテンツを再度洗い出し、拡充させることが必要ではないか。
- 補足的に高山・白川郷等国外で認知度のあるエリアでの観光を追加することで更に魅力的なプランになる可能性がある。
- 中国では体験できない木沢記念病院のがん検診における最先端設備・医療機器とその利点をわかりやすく紹介資料に記載することが重要である。

Contents

A. 事業目的・全体像

B. 事業全体の活動成果

B1. 日本の戦略的な立ち位置の特定

— 医療要素を含む渡航市場の概観

— 診断・治療目的の渡航における日本の課題・リスク

B2. 国内連携体制の構築

B3. コンテンツ造成・新型コロナをふまえた実証の実施

B4. 海外連携体制の構築

C. 各地域の取組

D. おわりに:本年度事業の学び

本年度事業の学び(1/2)

国としての学び

事業の推進を通じて得られた学び

- 地域の医療・観光資源を活用した外国人受入れ事業において、以下は日本の現状の強みと適性が高いと考え得る：
 - － 診断・治療目的の渡航：高品質な医療を求めるアッパー（・ミドル）層向けプラン、他国との差別化が進んでいる精密な健診や粒子線治療
 - － 健康増進目的の渡航：「ローカル系」「自然系」コンテンツ
 - 日本がこの強みを事業機会に変えるには、**日本が有する医療・観光資源の強みをターゲット層に認知・検討**してもらい、その他障壁を取り除く必要がある。例：
 - － 日本食・温泉・自然等の健康増進要素としての認識
 - － 母国語で利用可能な医療機関や治療に関する情報
-
- 各地域が事業を推進する上で必要な**スキル・意欲・キャパシティにばらつき**があり、実務に落とし込んだ手厚い支援が必要である。スキル上の課題がよく見られる例：
 - － 海外機関との連携や海外集患に向けた準備
 - － 事業運用体系や事業性・収益性の評価
 - － 事業のプロジェクト・マネジメント



今後の事業への示唆

- 日本が有する**医療・観光資源に対する認知を高め、その他渡航における課題を解消するための活動を推進**。例：
 - － わかりやすく一貫した表現を用いた観光資源のブランディング
 - － 政府の認証を受けた医療機関に関する情報の多言語対応やターゲット層が求める情報の補強
 - － コロナ禍およびアフターコロナをふまえ、観光地や医療機関での感染予防対策の多言語での周知、体制の整備の支援・加速等
-
- 地域に対して予算面での支援だけではなく、**実務・推進面での手厚い支援や助言、知見の共有を通じた事業の準備・推進に必要なスキルの構築が重要**。



本年度事業の学び(2/2)

地域としての学び

事業の推進を通じて得られた学び

- 地域が一丸となってターゲット層のイメージを明確化し、ニーズに訴求できる滞在プランを造成し、海外からの集患に繋げるには**障壁が高く、事業の立ち上げから集患等の事業化には数年間の継続的取り組みが重要**である。
- 特に**地域による事業の具体化・事業化が進まない理由**として、以下の5点が挙げられる。：
 - － **事務局機能**:事務局機能として事業を推進する主体にキャパシティ、スキル、予算が足りず、事業が前に進まない。
 - － **戦略的目標**:地域として「いつまでに(短期・中長期)何を達成したいか」が明文化されておらず、認識に齟齬がある。
 - － **実行計画**:地域のアイデアが具体的な活動に落とし込まれておらず、誰が何をすればいいかわからない。
 - － **専門知識**:地域だけでは有していないスキルや知見(例:海外集患)があり、本格的な事業化が進まない。
 - － **ターゲット層のニーズ**:明確なターゲット層のイメージがない、あるいは特定のアイデアにこだわることで、ニーズに沿わないプランを造成する、あるいはニーズ特定段階で議論が停滞する。



今後の事業への示唆

- 事業立ち上げから具体化までの詳細な進め方や工夫点は、**本年度事業を通じて体系化された推進方法を参照**(「医療・観光資源を活用した外国人受入れ事業推進の手引き」)。
- 次年度以降も事業を持続的に推進する上で、地域が以下の点を明確にし、強化：
 - － **事務局機能の設計**:事務局機能が中心となり、事業推進に必要な人的キャパシティ、スキル、予算を整理し、その確保に向けた地域他関係者との調整を推進。
 - － **戦略的目標の設定**:地域関係者間で**事業の目標**(地域成熟度、集患目標を含む。)を**明文化し、関係者間で共有**。
 - － **実行計画の具体化**:目標・役割分担に基づき、**責任者・期日を実行計画に落とし込んだ上で、定期的に進捗・課題の可視化**を行い、対応策を具体化。
 - － **外部専門家の参画**:事業化に必要な**スキルや投資を明確化し、予算申請等を計画に落とし込み、連携先への委託や連携強化**を具体化。
 - － **ニーズに沿ったプラン策定**:ニーズや趣向を具体化した上で**まずは初期的試行を行い、試行錯誤を重ねる**ことで、プランの魅力を強化。

【事業推進の手引き】本年度採択地域以外の地域における行政・医療機関・観光事業者向けに、本年度の推進方法を体系化し、厚生労働省ウェブサイトにて公開。

事業の立ち上げ・具体化(事業1年目)で考え得る課題について…

本資料の構成:事業の進め方

	主な課題	期待成果物
立ち上げ	A コンセプト決定 <ul style="list-style-type: none"> 日本及び地域としてどのような医療・観光資源があるか。 医療・観光資源を組み合わせ、他地域と差別化できるか。 特定したコンセプトで有意な効果・集客が見込めるか。 	<ul style="list-style-type: none"> 優先順位付けされた観光・医療資源一覧 初期期のコンセプト・ターゲット層
	B 国内連携体制構築 <ul style="list-style-type: none"> 関係者が事業を理解し、それぞれの強みを基に役割分担が定義されているか。 事業推進方法、予算、人的資源を含む国内の連携体制を設計できているか。 本事業における国内外関係者の役割分担や業務の流れが体系化されているか。 	<ul style="list-style-type: none"> 明文化された連携体制 初期期が事業運用体系
具体化	C コンテンツ造成 <ul style="list-style-type: none"> ターゲット層のペルソナ(行動様式や価値観を含む人物像)が明確か。 ペルソナに訴求できる、医療・観光で一貫したテーマがあるか。 滞在プラン(医療、観光、宿泊、ツール、旅程、価格等)は具体化されているか。 滞在プランはターゲット層・事業者の意見を取り入れられたものか。 	<ul style="list-style-type: none"> ターゲット層のペルソナ ペルソナに訴求するテーマ 実証によって検証された具体的な滞在プラン
	D 受入体制整備 <ul style="list-style-type: none"> 外国人受入れに必要な体制(通訳・連絡・支払ツール、設備等)は特定されているか。 受入体制整備計画が策定されているか(予算を含む)。 	<ul style="list-style-type: none"> 受入体制の整備計画 整備された受入体制(特に最低必要なもの)
	E 海外連携体制構築 <ul style="list-style-type: none"> ペルソナ及び滞在プランの特性に沿った集客手法が特定されているか。 集客のための連携先と具体的な連絡先が特定されているか。 連携先との交渉に向け必要な活動が計画されているか。 	<ul style="list-style-type: none"> 絞り込んだ販路先候補 海外連携の活動計画
事業化	F 事業性評価 <ul style="list-style-type: none"> 地域の医療資源やターゲット層のニーズに鑑み、現実的な集客目標があるか。 地域としての受入体制・海外連携等の中長期計画と整合する事業目標があるか。 	<ul style="list-style-type: none"> 集客人数や滞在プランの価格に基づく中長期的な事業目標

(本資料は事業化への土台作りを焦点を当てて解説。)

… 取り組み得る課題、活動内容、期待成果物、工夫ポイント・成功要件を具体的に紹介

B 国内(地域)連携体制構築:概要

主な課題	活動内容	期待成果物
役割分担の特定	<ul style="list-style-type: none"> 行政・医療・観光の関係者を特定し、事業推進の手続き等の役割を定義する(必要に応じて、観光施設や医師会など、その他の地域関係者にも事業への理解を得る)。 各役割担当者(関係者)を特定し、関係者の強み・事業特性に鑑み、役割分担を定義する。 	<ul style="list-style-type: none"> 行政・医療・観光関係者との協働による連携体制 関係者間の役割分担
連携体制の設計	<ul style="list-style-type: none"> 事業推進方法、予算、人的資源を含む国内の連携体制を設計できているか。 	<ul style="list-style-type: none"> 関係者間の意思決定方法(会議体設計、運営方法等)を定義する。 事業推進に必要な予算、人的資源を特定し、その確保に向けた計画を策定する。
事業運用体系の策定	<ul style="list-style-type: none"> 本事業における国内外関係者の役割分担や業務の流れが体系的に整理されているか。 	<ul style="list-style-type: none"> 事業の運用及び連絡の受け回しにおける主要な業務内容について、国内外関係者の立場を踏まえ、どのような情報・支払いの流れになるかを明文化する。

本事業からの学び

- 多くの関係者が関わる事業のため、連携体制内外とこまめに連絡を取りつつ、進捗を共有する関係性を構築し、特に関係者間で連携を促進し、進捗を把握し、課題を共有し、中長期的な事業推進に向けて、それぞれが自分自身に備わっている事業資源を構築する。

B1 国内連携体制構築における成功要件

行政主導型	医療機関主導型	観光事業者主導型
<ul style="list-style-type: none"> 行政が事務局機能を持つことで、地域関係者との協働の広範囲なつながりを生かし、医療機関や観光事業者を巻き込んだ効果的な連携の構築がしやすい。 既存の地域観光戦略との連携がより円滑に行うことができ、事業の推進を促しやすい。 受入連携ツールの整備等地域全体に関わる改善に取り組みやすい(例:多言語コールセンターの設立)。 滞在プラン造成・事業性評価の実務を行う人的リソースが不足している。 	<ul style="list-style-type: none"> 既存の国内外事業者・医療連携支援企業とのつながりが活かし、新規連携候補の開拓や連携強化が促進しやすい。 患者や医療現場目線のコンテンツ造成がしやすい。 観光コンテンツ造成や事業運用体系構築を担う関係者が不足している。 	<ul style="list-style-type: none"> 観光事業者としての観光及びビジネスの知見を活かして事業を構築しやすい。 医療機関や医師会に協働し、医師の知見を有する関係者が不足している。

成功要件

- 地域として事業による効果(社会的・経済的)を最大化するために、地方公共団体による観光戦略との調整・連携を主導する(例:地域全体としてのブランディング戦略の策定)。
- 実務を担う人的資源を確保・育成し、事業を推進するためには、早期の工数の把握、キャパシティの確保、他地域関係者との役割分担等の体制を前って構築することが重要である。
- 事業構築に必要な活動(役割)を明確化した上で、関係者間の時間を確保するため、定期的な調整の時間を確保し、継続的な事業の構築のため、中長期的に行政による理解・支援を取り付けることで事業推進を加速できる(例:地域の観光関係への組み込み)。

C コンテンツ造成:概要

主な課題	活動内容	期待成果物
ターゲット層の理解	<ul style="list-style-type: none"> インタビュー等を実施し、ターゲット層のペルソナを特定する(例:性別、年齢、職業、収入、価値観、興味、関心、行動パターン)。 ペルソナに訴求できる、医療・観光で一貫したテーマを決定する。 ペルソナ・プラン全体がターゲット層のニーズに訴求できる。 	<ul style="list-style-type: none"> ターゲット層のペルソナ ペルソナに訴求するテーマ 実証によって検証された具体的な滞在プラン
滞在プランの具体化	<ul style="list-style-type: none"> ペルソナ・プラン全体がターゲット層のニーズに訴求できる。 滞在プラン(医療、観光、宿泊、ツール、旅程、価格等)は具体化されているか。 滞在プランはターゲット層・事業者の意見を取り入れられたものか。 	<ul style="list-style-type: none"> ターゲット層のペルソナ ペルソナに訴求するテーマ 実証によって検証された具体的な滞在プラン
プランの実証	<ul style="list-style-type: none"> 滞在プランはターゲット層・事業者の意見を取り入れられたものか。 滞在プラン(医療、観光、宿泊、ツール、旅程、価格等)は具体化されているか。 滞在プランはターゲット層・事業者の意見を取り入れられたものか。 	<ul style="list-style-type: none"> ターゲット層のペルソナ ペルソナに訴求するテーマ 実証によって検証された具体的な滞在プラン

本事業からの学び

- 「一人ひとりに対して医療・観光コンテンツを造成することで、医療と観光を組み合わせたコンテンツの造成が可能となる。
- ターゲット層に訴求できるコンテンツの造成のためには、以下の工夫が重要である。
 - ターゲット層のニーズを把握し、それに基づいてペルソナ・プランを作成する。
 - モニター・事業者の意見を聴き、それに基づいて滞在プランを改善する。

C2 モニター(ターゲット層)・事業者との実証の目的・進め方

実証の目的	実証の進め方
<ul style="list-style-type: none"> 滞在プランに対する意見をもとに、事業性評価や地域としての活動が必要な活動かを判断する。 モニター(ターゲット層)の滞在プランに対する満足度や改善点の把握。 事業者の意見をもとに、滞在プランの改善点の把握。 モニター・事業者の意見を聴き、それに基づいて滞在プランを改善する。 	<ul style="list-style-type: none"> 実証の手順の検討 実証計画の策定・準備 実証実施・分析

実証の工夫ポイント

- 実証参加者はペルソナに近しい属性の方が望ましいが、特性が異なる場合は、特性に近い属性に選定し、完全に合致できない場合は、(例:特定の疾病の患者目録の医療ニーズを検証したい場合は、所得や年齢層とも疾病の有無を優先)。
- 滞在プランのうち、特に実証が必要な部分に絞って実施する(例:新規連携したコンテンツやサービス)。